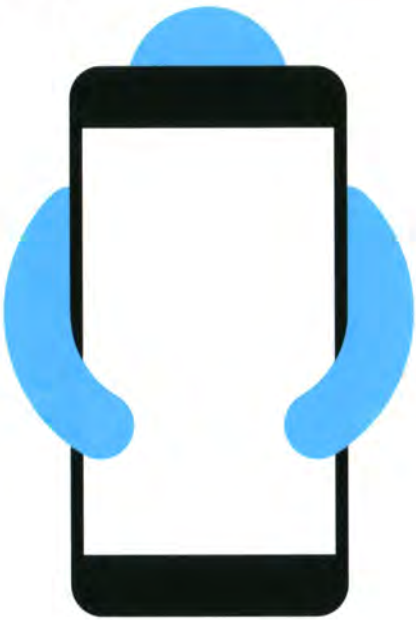
IREZISTIBIL

DEPENDENȚA DE TEHNOLOGIE ȘI AFACERILE DIN SPATELE EI



PUBLICA

ADAM ALTER

Autorul cărții
Roz tranchilizant

IREZISTIBIL

IREZISTIBIL

DEPENDENȚA DE TEHNOLOGIE ȘI AFACERILE DIN SPATELE EI

PUBLICA

ADAM ALTER

Traducere din engleză de
Emilia Vasiliu

Titlul original al acestei cărți este:
Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked
de Adam Alter

Copyright: Irresistible by Adam Alter © 2015
All rights reserved.

© Publica, 2017, pentru ediția în limba română

Toate drepturile rezervate. Nicio parte din această carte nu poate fi reprodusă sau difuzată în orice formă sau prin orice mijloace, scris, foto sau video, exceptând cazul unor scurte citate sau recenzii, fără acordul scris din partea editorului.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
ALTER, ADAM.
Irezistibil : Dependența de tehnologie și afacerile din spatele ei / Adam Alter ; trad. din engleză de Emilia Vasiliu. – București : Publica, 2017

ISBN 978-606-722-253-1

I. Vasiliu, Emilia (trad.)

159.9

EDITORI: Cătălin Muraru, Silviu Dragomir

DIRECTOR EXECUTIV: Bogdan Ungureanu

DESIGN: Alexe Popescu

REDACTOR: Roxana Aneculăesei

CORECTORI: Liliana Duță, Rodica Crețu

DTP: Florin Teodoru

Pentru Sara și Sam

Cuprins

Prolog: Nu te droga niciodată cu marfa ta 11

PARTEA ÎNTÂI | Ce este dependența comportamentală și cum a apărut?

1. Cum au luat amploare obiceiurile care dau dependență 25
2. Dependentul din fiecare dintre noi 57
3. Biologia dependenței comportamentale 79

PARTEA A DOUA | Ingredientele dependenței comportamentale (sau cum să creezi o experiență care să dea dependență)

4. Scopuri 105
5. Feedback 133
6. Progres 161
7. Creștere progresivă 183
8. Suspans 207
9. Interacțiuni sociale 231

PARTEA A TREIA | **Viitorul dependenței comportamentale (și câteva soluții)**

10. Cum să eliminăm dependențele de la bun început 255

11. Obiceiuri și arhitectură 281

12. Gamificarea 313

Epilog 339

Mulțumiri 343

Note 345

Dependenți de tehnologie? Dependenți de nicotină? Dependenți de substanțe cu regim special? Ei bine, nu există o linie clară între dependenți și restul oamenilor. Cu toții suntem la un produs sau la o experiență distanță de a ne crea propriile dependențe. Iar mediul și circumstanțele specifice epocii digitale facilitează mult mai mult apariția dependențelor decât orice altceva au trăit până acum oamenii.

Cum v-ați simți dacă nu v-ați putea folosi smartphone-ul pentru o zi? Dar pentru o întreagă săptămână?

V-ar fi greu, poate chiar imposibil, pentru că deja a devenit o parte esențială din viața voastră.

V-ați întrebat de ce fondatorii iPadului, Twitterului și Instagramului nu își lasă copiii în preajma dispozitivelor electronice sau le limitează timpul petrecut în jurul lor?

Irezistibil răspunde acestor întrebări, ba, mai mult, analizează obiceiurile care provoacă dependența și modul în care apar, persoanele care le concep, trucurile psihologice care le fac atât de atractive și modalitatea prin care se pot diminua efectele lor nocive.

Să nu fiți surprinși când veți afla că petreceți de două ori mai mult timp online decât credeți, că un răspuns rapid pe e-mail nu este productiv și că bucuria de a primi like-uri pe rețelele de socializare reprezintă o cale către dependență.

UniCredit Bank

Prolog

Nu te droga niciodată cu marfa ta

La un eveniment Apple din ianuarie 2010, Steve Jobs a dezvăluit pentru prima dată iPad-ul publicului larg:

> Ceea ce poate face acest dispozitiv este absolut extraordinar... Vă oferă cea mai plăcută modalitate pentru a naviga pe internet; mult mai plăcut decât de pe un laptop și chiar și mai plăcut decât de pe un smartphone... Este o experiență incredibilă... Este absolut fenomenal pentru accesarea e-mailului; e de vis să scrii mesaje de pe așa ceva.[1]

Timp de 90 de minute Jobs a explicat de ce iPad-ul este cea mai bună modalitate pentru a te uita la poze, pentru a asculta muzică, pentru a viziona cursuri pe iTunes U, pentru a naviga pe Facebook, a te juca jocuri și în general pentru a naviga printre mii de alte aplicații. El credea că toată lumea ar trebui să dețină un iPad.

Însă nu și-a lăsat copiii să folosească dispozitivul.

La sfârșitul lui 2010, Jobs i-a relatat jurnalistului Nick Bilton de la *New York Times* că de fapt copiii săi nu folosiseră niciodată iPad-ul.[2] „Noi limităm acasă accesul copiilor noștri la tehnologie." Bilton a descoperit că și alte nume sonore din lumea tehnologiei impuneau restricții similare. Chris Anderson, fostul editor de la *Wired* impunea limite stricte de timp pentru utilizarea fiecărui dispozitiv din casa lui, „pentru că am văzut

cu ochii noștri pericolele tehnologiei". Celor cinci copii ai săi nu li s-a permis niciodată să aibă ecrane în dormitoarele lor. Evan Williams, unul dintre fondatorii platformelor *Blogger*, *Twitter* și *Medium*, a cumpărat sute de cărți pentru cei doi fii mici ai săi, dar a refuzat să le ia un iPad. Și Lesley Gold, fondatoarea unei companii specializate în analiza datelor online, le-a impus cu strictețe copiilor săi regula de a nu folosi deloc dispozitive cu ecran în timpul săptămânii. Ea făcea excepții de la regulă doar atunci când copiii aveau nevoie de calculator pentru activitățile legate de școală. Walter Isaacson, care lua frecvent cina cu familia Jobs în timp ce se documenta pentru biografia lui Steve Jobs, i-a spus lui Bilton că „nimeni nu a scos vreodată un iPad sau vreun calculator. Copiii nu păreau deloc dependenți de aceste dispozitive". Părea că cei care făceau produsele tehnologice respectau regula esențială a traficului de droguri: nu te droga niciodată cu marfa ta.

Așa ceva este neliniștitor. De ce oare cei mai importanți experți în tehnologie la nivel public din lume sunt și cei mai mari tehnofobi în viețile private? Vă puteți închipui revolta publică față de liderii religioși dacă aceștia ar refuza să le permită copiilor lor să-și practice religia? Mulți experți, atât din lumea tehnologiei, cât și din afara acestui domeniu, mi-au dat exemple similare.[3] Câțiva designeri de jocuri video mi-au spus că ei evită celebrul joc care dă dependență, World of Warcraft; un psiholog specializat pe dependența de activitatea fizică a spus că brățările care monitorizează mișcarea sunt periculoase – „cel mai tâmpit lucru din lume" – și a jurat că ea nu și-ar cumpăra vreodată așa ceva; și fondatoarea unei clinici specializate pe dependența de internet mi-a spus că ea evită toate gadgeturile mai noi de trei ani. Ea nu și-a folosit niciodată funcția de localizare a telefonului și își „rătăcește" intenționat telefonul, pentru a nu fi tentată să își verifice e-mailurile. (Mi-a

luat două luni să o contactez prin e-mail și am reușit să dau de ea doar atunci când s-a întâmplat să răspundă la telefonul fix de la birou.) Jocul ei preferat pe calculator este Myst, un joc lansat în 1993, atunci când calculatoarele erau încă prea puțin rafinate pentru a susține elemente video complexe. Mi-a spus că singurul motiv pentru care ajunge să joace Myst e faptul că la fiecare jumătate de oră computerul ei i se blochează și durează o veșnicie să îl repornească.

Greg Hochmuth, unul dintre inginerii-fondatori ai *Instagram* și-a dat seama că dezvoltă o adevărată unealtă care dă dependență.[4] „Întotdeauna mai e un hashtag pe care să îl accesezi", a spus Hochmuth. „Apoi prinde viață, ca un organism, și oamenii pot deveni obsedați." *Instagram*, la fel ca multe dintre platformele de tip rețea socială, este infinit. *Facebook* are un flux nesfârșit; *Netflix* trece automat la următorul episod dintr-un serial; *Tinder* își încurajează utilizatorii să tot dea din degete pentru a descoperi alternative mai bune. Utilizatorii au de câștigat de pe urma folosirii acestor aplicații și site-uri, dar în același timp se și chinuie să le folosească moderat. Tristan Harris, un „specialist în probleme de etică a designului", consideră că problema nu este lipsa de voință a oamenilor, ci faptul că „sunt o mie de indivizi de cealaltă parte a ecranului a căror preocupare profesională este să vă distrugă autocontrolul".

Acești experți în tehnologie au motive întemeiate să fie îngrijorați. Lucrând la granițele îndepărtate ale posibilului, ei au descoperit două aspecte. Primul este că avem o înțelegere prea limitată a ceea ce înseamnă dependența. Tindem să ne gândim la dependență ca fiind ceva care pur și simplu există în anumiți indivizi – cei pe care îi etichetăm ca fiind *dependenți*.

Dependenți de heroină în case abandonate. *Dependenți* de nicotină care sudează țigară după țigară. Iubitori de pastile *dependenți* de substanțe cu regim special. Eticheta presupune că aceștia ar fi diferiți de restul omenirii. Ar putea să își învingă dependența la un moment dat, dar deocamdată aparțin unei categorii aparte. În realitate, dependența este cauzată în mare parte de mediu și circumstanțe. Steve Jobs știa asta. Și-a ținut copiii departe de iPad, pentru că, în ciuda avantajelor de care se bucurau și care îi făceau candidați improbabili pentru dependența de substanțe, el știa că puteau ceda în fața farmecelor iPad-ului. Acești antreprenori știu perfect că instrumentele pe care le promovează – construite să fie irezistibile – vor subjuga utilizatorii fără să facă vreo discriminare. Nu există o linie clară între dependenți și restul oamenilor. Cu toții suntem la un produs sau o experiență distanță de a ne crea propriile dependențe.

Experții în tehnologie ai lui Bilton au descoperit și că mediul și circumstanțele specifice epocii digitale facilitează mult mai mult apariția dependențelor decât orice altceva au mai trăit până acum oamenii de-a lungul istoriei. În anii 1960 aveam doar câteva capcane: țigări, alcool și droguri, care erau scumpe și în general greu accesibile. În anii 2010 avem capcane la tot pasul. Există capcana Facebook. Capcana Instagram. Capcana pornografiei. Capcana e-mailului. Capcana cumpărăturilor online. Și tot așa. Lista este lungă – cu mult mai lungă decât a fost vreodată în istoria omenirii și abia începem să conștientizăm forța acestor capcane.

Experții lui Bilton au fost extrem de vigilenți, pentru că știau că lucrau în branșa tehnologiilor irezistibile. Comparativ cu tehnologiile necizelate din anii 1990 și de la începutul anilor 2000, tehnologiile moderne sunt eficiente și generatoare de dependență. Sute de milioane de oameni își expun în timp real viețile prin intermediul postărilor pe Instagram și la fel de

repede acele vieți sunt și evaluate, prin comentarii și aprecieri. Cântece care cândva se descărcau într-o oră sunt disponibile acum în câteva secunde, iar întârzierile care îi descurajau de la bun început pe oameni să le descarce pur și simplu s-au evaporat. Tehnologia oferă confort, viteză și automatizare, dar în același timp presupune și costuri mari.[5] Comportamentul uman este influențat într-o anumită măsură de o succesiune de calcule reflexive referitoare la costuri și beneficii, calcule care stabilesc dacă o acțiune va fi îndeplinită o dată, de două ori, de o sută de ori sau deloc. Atunci când beneficiile sunt cu mult mai mari decât costurile, este dificil să te abții din a nu repeta iar și iar acțiunea, cu atât mai mult când atinge corzile neurologice potrivite.

O apreciere primită pe Facebook sau Instagram atinge o astfel de coardă, la fel cum o face și recompensa îndeplinirii cu succes a unei misiuni în World of Warcraft sau să-ți vezi un tweet redistribuit de sute de utilizatori de pe Twitter. Oamenii care elaborează și perfecționează programele pe calculator, jocurile și experiențele interactive sunt foarte pricepuți la ceea ce fac. Rulează mii de teste pe milioane de utilizatori pentru a afla ce ajustări de detaliu au succes și care nu - ce culori de fundal, fonturi și sunete maximizează implicarea și minimalizează frustrarea. Pe măsură ce o experiență evoluează, aceasta se transformă într-o versiune irezistibilă, tot mai puternică, a experienței din trecut. În 2004 Facebook era distractiv; în 2016 generează dependență.

Obiceiurile care provoacă dependență există dintotdeauna, doar că în ultimele decenii au ajuns să fie mult mai frecvente, mai greu de refuzat și extinse la scară largă. Aceste adicții de generație nouă nu mai înseamnă înghițirea anumitor substanțe.[6] Nu ne sunt introduse în mod direct substanțe chimice în sistem, dar aceste noi adicții produc aceleași efecte,

pentru că sunt irezistibile și abil construite. Unele, ca jocurile de noroc sau exercițiile fizice, sunt arhicunoscute; altele, ca vizionarea excesivă a serialelor și folosirea smartphone-urilor, sunt relativ noi. Însă, toate au devenit din ce în ce mai dificil de evitat.

Între timp, problema s-a agravat din cauză că ne-am concentrat tot mai mult pe beneficiile stabilirii clare de obiective, fără a lua în calcul minusurile acestei abordări. Stabilirea obiectivelor a fost un instrument motivațional extrem de util în trecut, pentru că de cele mai multe ori oamenii preferă să piardă pe cât mai puțin timp și energie posibil. Nu suntem în mod implicit muncitori, plini de virtuți și sănătoși. Dar acum trăim reversul monedei. Acum suntem atât de concentrați să rezolvăm cât mai multe lucruri în cât mai puțin timp, încât am uitat cum e să mai tragem pe dreapta.

Am discutat cu mai mulți medici psihologi care mi-au descris amploarea problemei[7]. „Absolut fiecare persoană cu care lucrez are cel puțin o dependență comportamentală", mi-a spus un psiholog. „Am pacienți care se încadrează în fiecare segment: pariuri, shopping, rețele sociale, e-mail și tot așa." Mi-a descris câțiva pacienți, cu toții oameni de carieră de succes, cu venituri de șase cifre, dar profund captivi în interiorul propriilor dependențe. „Am o pacientă care este o femeie foarte frumoasă, foarte inteligentă, realizată din toate punctele de vedere. Are două diplome de master și este profesoară. Dar este dependentă de cumpărături online și a reușit să facă datorii de 80 000 de dolari. A reușit să își ascundă dependența de aproape toți cunoscuții." Această clasificare comportamentală e o temă comună. „Este foarte ușor să ascunzi comportamentele de tip dependent – mult mai ușor decât dependența de substanțe. Asta le face periculoase, pentru că trec neobservate ani de-a rândul." Un al doilea pacient, la fel de realizat la

muncă, a reușit să își ascundă dependența de Facebook de prietenii săi. „A trecut printr-o despărțire cruntă, după care și-a urmărit obsesiv fostul iubit timp de ani de zile în mediul online. Cu Facebook este și mai dificil să te distanțezi atunci când se încheie o relație." Un alt pacient își verifica e-mailul de sute de ori pe zi. „Este incapabil să se relaxeze și să se deconecteze în vacanță. Dar nu ți-ai putea da seama de asta. Este profund anxios, dar imaginea pe care o afișează în lume nu lasă să se vadă asta; are o carieră de succes în industria serviciilor medicale și nu ți-ai putea da vreodată seama cât de mult suferă."

„Impactul rețelelor sociale a fost uriaș", mi-a spus un al doilea psiholog. „Rețelele sociale au format complet mintea tinerilor cu care lucrez. Un aspect care îmi dă de gândit adesea într-o ședință cu un pacient este acesta: este posibil ca discuția noastră să fi început deja de cinci sau zece minute, tânărul povestindu-mi despre cearta cu prietenul sau iubita sa, când îmi dau seama să întreb dacă disputa a avut loc prin mesaje scrise, la telefon, online sau față în față. Cel mai adesea se întâmplă ca răspunsul să fie «printr-un mesaj scris sau pe o rețea socială». Totuși, în relatarea evenimentului, acest aspect nu este evident. Sună ca ceva ce eu aș considera ca fiind o conversație «reală», între patru ochi. Întotdeauna ajung să reflectez puțin asupra acestui aspect. Această persoană nu face diferența între diferitele moduri de comunicare la fel cum o fac eu... rezultatul este un peisaj cuprins de izolare și dependență."

Irezistibil urmărește creșterea incidenței obiceiurilor care provoacă dependență, analizează cum apar, cine le concepe, trucurile psihologice care le fac atât de atractive și cum se pot diminua efectele nocive ale acestor adicții periculoase, precum și reorientarea acelorași mecanisme în scopuri benefice. Dacă programatorii aplicațiilor îi pot convinge pe oameni să aloce mai mult timp și mai mulți bani unui joc pe telefon, poate că și

experții în legislație pot să îi încurajeze pe oameni să economisească mai mulți bani pentru pensie sau să facă donații mai multor cauze caritabile.

Tehnologia nu este rea în sine. Când eu și fratele meu ne-am mutat împreună cu părinții în Australia în 1988, bunicii noștri au rămas în Africa de Sud. Vorbeam cu ei o dată pe săptămână la telefon, ceea ce era scump, și le trimiteam scrisori care ajungeau o săptămână mai târziu. Când m-am mutat în Statele Unite în 2004, le scriam e-mailuri fratelui meu și părinților mei aproape în fiecare zi. Vorbeam des la telefon și ne făceam din mână prin webcam oricât de frecvent puteam. Tehnologia a micșorat distanța dintre noi. Într-un articol pentru publicația *Time* scris în 2016, John Patrick Pullen a descris cum realitatea virtuală a avut un asemenea impact emoțional asupra sa, încât i-au dat lacrimile.[8]

> Colega mea de joacă Erin m-a țintit cu o rază care micșora. Deodată, nu doar că toate jucăriile din jurul meu au început să mi se pară enorme, dar personajul lui Erin trona deasupra mea ca un gigant mătăhălos. Chiar și vocea i s-a schimbat când a început să curgă prin căști, intrându-mi în cap cu o tonalitate joasă și înceată. Iar pentru un moment am fost din nou copil, lângă această persoană uriașă care se juca iubitor cu mine. Mi-a oferit o perspectivă atât de profundă asupra felului în care trebuie să vadă lumea fiul meu, încât am început să plâng cu căștile pe urechi. A fost o experiență pură și frumoasă care a transformat relația mea cu el începând din acel moment. Eram vulnerabil în fața colegei mele de joacă gigantice, dar mă simțeam pe deplin în siguranță.

Tehnologia nu este, moral vorbind, bună sau rea, până când nu ajunge să fie folosită de corporațiile care o modelează

pentru consumul de masă. Aplicațiile și platformele pot fi elaborate în așa fel încât să promoveze conexiuni sociale sănătoase; sau, asemenea țigărilor, pot fi create pentru a da dependență. Din păcate, astăzi, cei mai mulți dezvoltatori de tehnologie chiar promovează dependența. Chiar și Pullen, în relatarea sa romanțată privind experiența lui cu realitatea virtuală a spus că a fost „vrăjit". Tehnologiile care îl integrează pe utilizator, asemenea celor de tip realitate virtuală, generează emoții atât de bogate încât pot ajunge la granița cu abuzul. Totuși sunt încă în stadiul foarte incipient, așa că este prea devreme să ne dăm seama dacă vor fi folosite în mod responsabil.

În multe privințe, dependența de substanțe și obiceiurile care dau dependență (sau dependența comportamentală) sunt foarte asemănătoare. Activează aceleași regiuni corticale și sunt alimentate de aceleași nevoi umane de bază: interacțiune și sprijin social, stimulare cognitivă și senzația unei reușite. Cu cât sunt aceste nevoi mai puțin satisfăcute, cu atât devin oamenii mai predispuși să dezvolte dependențe atât față de substanțe, cât și la nivel comportamental.

Un comportament de tip dependent presupune șase ingrediente: obiective fascinante care sunt doar puțin prea departe pentru a fi realizabile; feedback pozitiv irezistibil și imprevizibil; sarcini care devin progresiv mai dificile în timp; tensiuni nerezolvate care impun soluționări; și conexiuni sociale puternice. În ciuda diversității lor, obiceiurile care dau dependență din ziua de azi întruchipează cel puțin unul dintre aceste șase ingrediente. De exemplu, Instagram dă dependență pentru că unele poze atrag aprecieri numeroase, în timp ce altele, nu. Utilizatorii vânează următorul calup zdravăn de aprecieri prin postarea de poze una după alta, revenind constant pe site pentru a-și susține la rândul lor prietenii. Pasionații de jocuri joacă anumite jocuri zile la rând pentru că sunt motivați să finalizeze

misiuni și pentru că și-au format conexiuni sociale puternice cu alți jucători.

Așadar, ce soluții avem? Cum putem coabita cu experiențe care dau dependență și care sunt totuși atât de prezente în viețile noastre? Milioane de alcoolici aflați în procesul de recuperare reușesc să evite barurile cu totul, dar dependenții de internet sunt forțați să folosească e-mailul. Nu poți să faci o solicitare pentru o viză sau un job sau nu poți să te angajazi fără să ai o adresă de e-mail. Din ce în ce mai puține slujbe moderne permit evitarea folosirii calculatoarelor și a smartphone-urilor. Tehnologia care dă dependență face parte din viața de zi cu zi într-un fel în care substanțele care dau dependență nu vor face parte niciodată. Abstinența nu este o alternativă, dar există alte variante. Poți limita experiențele care dau dependență într-un singur sector al vieții, iar în paralel să cultivi obiceiuri bune care susțin comportamente sănătoase. Între timp, odată ce înțelegi cum funcționează comportamentele de tip dependent, poți lua măsuri în ceea ce privește caracterul lor nociv sau chiar poți să le direcționezi spre bine. Aceleași principii care îi fac pe copii să joace jocuri ar putea să îi stimuleze să învețe la școală, iar obiectivele care îi determină pe oameni să facă exerciții fizice la nivel de dependență s-ar putea să îi motiveze și să economisească pentru vârsta pensionării.

Epoca dependenței comportamentale este încă la început, dar semnale timpurii indică o criză. Obiceiurile care dau dependență sunt nocive pentru că se extind atât de tare, încât elimină alte preocupări esențiale, de la muncă și joacă până la igiena de bază și interacțiunile sociale. Vestea bună este că felul în care noi relaționăm cu aceste comportamente de tip dependent nu este bătut în cuie. Se pot face multe pentru a reface

echilibrul care exista înainte de era smartphone, a e-mailurilor, a accesoriilor tech, a rețelelor sociale și a vizionărilor la cerere. Secretul este să înțelegem de ce sunt atât de agresive aceste dependențe la nivel comportamental, cum profită de psihologia umană și cum să învingem acele obiceiuri care dau dependență și care ne dăunează, respectiv cum să le cultivăm pe cele care ne ajută.

Partea întâi

Ce este dependența comportamentală și cum a apărut?

1 | Cum au luat amploare obiceiurile care dau dependență

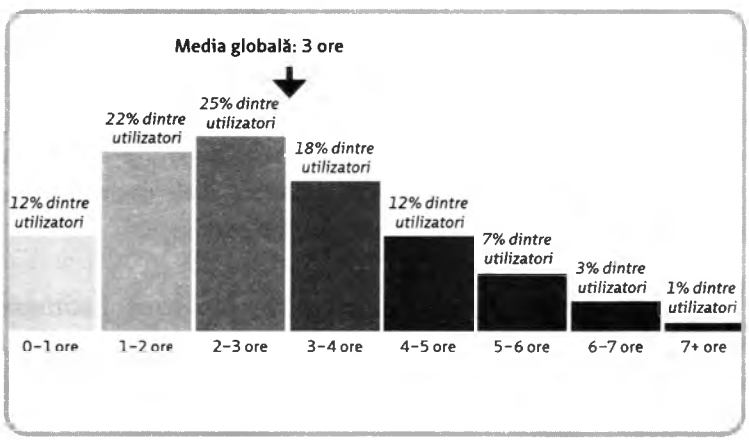
În urmă cu câțiva ani, Kevin Holesh, un dezvoltator de aplicații, a hotărât că nu petrecea suficient de mult timp cu familia lui. De vină era tehnologia, iar telefonul lui era cel mai mare vinovat. Holesh a vrut să afle cât de mult timp folosea telefonul în fiecare zi, așa că a creat o aplicație care se numește *Moment*. Moment a contorizat cât timp și-a petrecut Holesh în fiecare zi cu nasul în ecran, calculând la finalul fiecărei zile cât de mult își folosise telefonul. Mi-a luat luni întregi să iau legătura cu Holesh, pentru că se ține de cuvânt. Pe site-ul Moment scrie că s-ar putea să răspundă greu la e-mailuri, pentru că încearcă să petreacă mai puțin timp online.[9] În cele din urmă, după cea de-a treia tentativă, Holesh mi-a răspuns scuzându-se politicos și acceptând să stăm de vorbă. „Aplicația se oprește din contorizat atunci când asculți muzică sau suni pe cineva", mi-a spus Holesh. „Pornește din nou atunci când privești ecranul – de exemplu, atunci când trimiți e-mailuri sau când navighezi pe internet." Holesh stătea lipit de ecranul smartphone-ului său timp de o oră și cincisprezece minute pe zi, ceea ce părea a fi mult. Unii dintre prietenii lui aveau motive similare de îngrijorare, dar nici ei nu știau cât de mult timp pierduseră cu telefoanele lor. Așa că Holesh a dat mai departe aplicația. „Le-am propus oamenilor să ghicească înainte cât timp alocau zilnic navigatului pe telefon și aproape întotdeauna estimau cu 50% prea puțin."

Eu am descărcat Moment cu câteva luni în urmă. Estimam că îmi foloseam telefonul cel mult o oră pe zi și îl luam în mână poate de zece ori pe zi. Nu eram mândru de aceste cifre, dar păreau a fi corecte. După o lună, Moment a contorizat că îmi

foloseam telefonul, în medie, trei ore pe zi și îl luam în mână de aproximativ 40 de ori. Am fost uluit. Nu jucam nimic și nici nu navigam pe internet ore întregi, dar cumva ajunsesem să îmi petrec 20 de ore pe săptămână uitându-mă la telefon.

L-am întrebat pe Holesh dacă rezultatele mele erau obișnuite. „Absolut", mi-a spus. „Avem mii de utilizatori, iar timpul mediu de folosire este de aproape trei ore. Își iau în mână telefoanele, în medie, de 49 de ori pe zi." Holesh mi-a amintit că era vorba despre acei oameni care erau suficient de îngrijorați de cât timp foloseau smartphone-ul încât să descarce de la bun început o aplicație care să monitorizeze așa ceva. Există milioane de utilizatori de telefoane care habar nu au cât timp petrec sau pur și simplu nu le pasă suficient de mult pentru a verifica acest lucru – și există o probabilitate rezonabilă ca aceștia să petreacă mai mult de trei ore cu telefoanele lor în fiecare zi.

Poate că a fost doar un mic grup de utilizatori îndârjiți, care își petreceau întreaga zi, în fiecare zi, butonându-și telefoanele, iar aceștia au tras media în sus. Însă Holesh a făcut disponibile informațiile culese de la 8 000 de utilizatori ai aplicației Moment pentru a ilustra că lucrurile nu stăteau deloc așa:



Cei mai mulți dintre oameni petreceau între o oră și patru ore pe telefon în fiecare zi – și numeroși alții cu mult mai mult. Aceasta nu este problema unei minorități. Dacă ne-am folosi telefonul în fiecare zi mai puțin de o oră, așa cum ar fi recomandabil, atunci 88% dintre utilizatorii aplicației lui Holesh s-ar afla într-o situație de uz excesiv. Aceștia își petreceau, în medie, un sfert din starea de veghe cu telefonul în mână – mai mult timp decât investeau în orice altă activitate cotidiană, cu excepția somnului. În fiecare lună se adunau aproape o sută de ore pierdute cu verificarea e-mailului, scrierea de mesaje, jocuri, navigare pe internet, articole citite, verificări de solduri bancare etc. Raportat la speranța medie de viață, acestea se cumulează într-o cantitate de timp uluitoare – *unsprezece ani*. De asemenea, utilizatorii luau telefoanele în mână, în medie, de trei ori în fiecare oră. Această categorie de folosire excesivă are o incidență atât de mare încât cercetătorii au consacrat termenul de „nomofobie" pentru a descrie teama de a nu fi în contact cu telefonul mobil (o abreviere pentru „no-mobile-phobia").[10]

Smartphone-urile ne fură din timp, dar chiar și simpla lor prezență este dăunătoare. În 2013, doi psihologi au invitat câte două persoane care nu se cunoșteau să intre într-o cămăruță și să înceapă o conversație.[11] Pentru a înlesni procesul, psihologii au sugerat un subiect de discuție: ce ar fi să vorbească despre un eveniment interesant care li s-a întâmplat în ultima lună? Unele dintre perechile implicate în studiu au stat de vorbă în timp ce un smartphone era lăsat undeva în apropierea lor, iar pentru altele telefonul a fost înlocuit cu un caiet. Fiecare pereche a creat o conexiune într-o anumită măsură, dar cei care s-au cunoscut în prezența telefonului au avut dificultăți în a crea o legătură. Aceștia au descris relațiile pe care le-au format ca fiind de calitate inferioară, iar pe partenerii lor i-au descris

ca fiind mai puțin empatici și mai puțin de încredere. Telefoanele influențează prin simpla lor existență, chiar și atunci când nu sunt folosite în mod activ. Ne distrag pentru că ne amintesc de lumea din afara conversației imediate și singura soluție, conform cercetătorilor, este să le eliminăm complet.

Nu doar smartphone-urile sunt de vină. Bennett Foddy a jucat mii de jocuri video, dar a refuzat să joace World of Warcraft (WoW). Foddy este un inovator sclipitor, cu zeci de pasiuni. Lucrează ca dezvoltator de jocuri și este profesor la Centrul de jocuri de la Universitatea New York. Foddy s-a născut și a locuit în Australia, iar înainte să se mute de acolo pentru a studia filozofia, întâi la Universitatea Princeton și apoi la Oxford, a cântat într-o trupă australiană, Cut Copy, trupă care a și lansat mai multe melodii de mare succes și care a câștigat o serie de premii muzicale australiene. Foddy are un respect uriaș pentru WoW, având în vedere ce se știe despre joc, dar el însuși nu este un jucător. „Consider că e parte din jobul meu să joc toate jocurile semnificative cultural de pe piață. Dar WoW nu am jucat, pentru că nu îmi permit pierderea de timp. Mă cunosc destul de bine și bănuiesc că probabil mi-ar fi fost dificil să mă las de el."

WoW s-ar putea să fie una dintre experiențele comportamentale cu cea mai mare predispoziție la dependență de pe planetă.[12] Este un joc online cu foarte mulți utilizatori care își asumă roluri* și milioane de jucători din întreaga lume își construiesc personaje virtuale** care explorează ținuturi, se luptă cu monștri, îndeplinesc misiuni și interacționează cu alți

---

* Termen specific lumii jocurilor online – MMORPG – *massive multiplayer online role-playing game* (n.t.).

** „Avatars", folosit deja în limba română sub forma „avataruri" (n.t.).

jucători. Jumătate dintre jucători se consideră ei înșiși ca fiind „dependenți". Un articol din publicația *Popular Science* descria WoW ca fiind „răspunsul evident", dacă s-ar căuta jocul cu cea mai mare predispoziție la dependență din lume. Există grupuri de sprijin cu mii de membri și mai mult de un milion de oameni au dat testul gratuit care verifică dependența – World of Warcraft Addiction Test. În zece ani, jocul a înregistrat profituri de mai bine de zece miliarde de dolari și a adunat mai mult de o sută de milioane de abonați.[13] Dacă ar forma o națiune, ar fi a douăsprezecea cea mai mare din lume. Jucătorii de WoW își aleg un avatar care îi reprezintă pe măsură ce finalizează cu succes misiuni într-o lume virtuală numită Azeroth. Mulți jucători se grupează în clanuri – echipe de avataruri aliate –, lucru esențial, care contribuie la caracterul atât de generator de dependență al jocului. E dificil să dormi noaptea atunci când știi că trei dintre coechipierii tăi din Copenhaga, Tokyo și Mumbai s-au îmbarcat într-o misiune legendară fără tine. Pe măsură ce discutam, am fost uimit de pasiunea lui Foddy pentru jocuri. El crede mai presus de orice că acestea sunt o forță categorică a binelui în lume – însă tot refuză să experimenteze farmecele lui Azeroth, de teamă să nu piardă luni sau ani din viață.

Jocuri ca WoW atrag milioane de adolescenți și tineri adulți și o minoritate considerabilă dintre aceștia – până la 40% – dezvoltă dependențe.[14] În urmă cu câțiva ani, un programator și un psiholog și-au unit forțele pentru a deschide în pădurile din apropiere de Seattle un centru specializat pe dependențe de internet și jocuri. Centrul, botezat reSTART, găzduiește în jur de zece bărbați tineri dependenți de WoW sau de alte jocuri. (reSTART a încercat să primească și un mic grup de femei, dar mulți dependenți de internet dezvoltă și dependențe

sexuale, așadar, coabitarea a devenit o uriașă sursă de distragere.)[15] Computerele nu au mai avut niciodată până acum capacitatea de memorie necesară pentru a rula jocuri ca WoW, care sunt mult mai rapide, mult mai complexe și mult mai puțin rudimentare ca jocurile secolului XX. Acestea permit interacțiuni în timp real cu alți oameni, aspect cu o pondere semnificativă în caracterul generator de dependență.

Tehnologia a schimbat și felul în care facem mișcare. În urmă cu cincisprezece ani am cumpărat unul dintre primele modele de ceasuri Garmin, care monitorizează activitatea fizică, un mamut de dispozitiv dreptunghiular la granița dintre ceas și greutate pentru încheietura mâinii. Era atât de greu încât trebuia să car o sticlă cu apă în cealaltă mână pentru a-i echilibra greutatea. Își pierdea semnalul GPS la fiecare câteva minute, iar durata de viață a acumulatorului era atât de limitată încât era inutil la alergări lungi. Astăzi există dispozitive mult mai mici care pot fi cu ușurință purtate și care înregistrează fiecare pas. E ceva miraculos, dar în același timp e și rețeta pentru obsesie. Obsesia pentru activitatea fizică a devenit o specialitate psihiatrică, pentru că sportivilor li se amintește constant de activitatea lor și, chiar mai mult, de inactivitate. Cei care poartă ceasuri speciale pentru antrenamente devin captivi într-un ciclu al intensificării. Zece mii de pași poate că au fost scopul extrem de dorit săptămâna trecută, dar săptămâna aceasta trebuie să fie unsprezece mii. Săptămâna viitoare douăsprezece mii și apoi paisprezece mii. Această tendință nu poate continua la nesfârșit, dar mulți oameni se forțează, în ciuda unor fracturi induse de stres și a altor accidentări semnificative în căutarea aceleiași euforii de endorfine care, în urmă cu doar câteva luni, fusese generată de o cantitate mult mai mică de exerciții fizice.

Evadarea din muncă, sesiunile de shopping sau tentațiile porno au devenit și mai dificile din cauza acestor tehnologii intruzive. Cândva era aproape imposibil să faci cumpărături și să lucrezi între orele târzii ale nopții și primele ore ale dimineții, dar acum poți face shopping online și conexiunea cu jobul poate fi disponibilă la orice oră din zi. S-au dus și zilele când se putea fura un exemplar al revistei *Playboy* de la chioșcul cu ziare; acum nu ai nevoie decât de internet și un browser. Viața este mai confortabilă ca niciodată, dar confortul este blindat cu tentații.

Așadar, cum am ajuns aici?

Primii „dependenți comportamentali" au fost bebeluși de două luni.[16] La începutul lui decembrie 1968, 41 de psihologi care studiau vederea umană s-au întâlnit în orașul New York pentru reuniunea anuală a Asociației pentru cercetarea bolilor nervoase și mintale, cu scopul de a discuta de ce uneori nu reușim să vedem. Era o reuniune a celor mai luminate minți ale lumii academice. Roger Sperry urma să câștige Premiul Nobel pentru medicină treisprezece ani mai târziu. Cercetătorul Wilder Penfield a fost descris cândva ca fiind „cel mai important canadian în viață", iar William Dement de la Stanford a fost încoronat drept „tatăl medicinei somnului".

Printre participanți se afla psihologul Jerome Kagan, cel care venise la Harvard cu un deceniu în urmă pentru a crea primul program specializat pe dezvoltarea umană. Până la retragerea sa o jumătate de secol mai târziu, acesta apărea ca fiind al douăzeci și doilea cel mai eminent psiholog al tuturor timpurilor – înaintea unor titani precum Ivan Pavlov, Carl Jung și Noam Chomsky.

La reuniune, Kagan a adus în discuție atenția vizuală a bebelușilor. El s-a întrebat cum știu bebelușii de două luni la ce să se uite și ce să ignore? Creierii lor în dezvoltare sunt bombardate de un univers de informații vizuale și totuși aceștia reușeau cumva să învețe să se concentreze la unele imagini și să le ignore pe altele. Kagan a observat că bebelușii foarte mici erau atrași de obiecte în mișcare, cu contururi bine definite. De fapt, nu se mai puteau uita la altceva atunci când un cercetător legăna în fața lor un cub de lemn. Conform lui Kagan, acești bebeluși demonstrau „o dependență comportamentală de contur și mișcare".

Totuși, după standardele moderne, ar fi cam mult să îi numim pe bebeluși dependenți comportamentali. Kagan avea dreptate când spunea că nu-și puteau lua ochii, dar felul în care ne gândim astăzi la dependența comportamentală este destul de diferit. Este mai mult decât un instinct pe care nu-l putem depăși, pentru că asta ar include și clipitul sau respiratul. (Încercați să vă țineți respirația până când leșinați și creierul vostru vă va forța în cele din urmă să respirați din nou. Faptul că nu ne putem abține să inspirăm și să expirăm înseamnă că este puțin probabil să murim din cauză că uităm să respirăm.) Definițiile moderne recunosc că dependența este până la urmă ceva rău. Un comportament este considerat ca fiind de tip dependent doar dacă beneficiile pe care le aduce acum sunt în cele din urmă mai mici decât consecințele dăunătoare. Respirația și urmărirea cuburilor de lemn nu sunt generatoare de dependență, pentru că, chiar dacă este foarte dificil să ne împotrivim lor, nu sunt nocive. Dependența este o formă de atașament profund față de o experiență care dăunează și fără de care este dificil de rezistat. Dependența comportamentală nu include mâncatul, băutul, injectarea sau inhalarea de substanțe. Dependențele apar atunci când cineva nu se poate

împotrivi unui comportament care, în ciuda faptului că satisface o nevoie psihologică profundă pe termen scurt, face mult rău pe termen lung.

Obsesia și compulsia sunt rude apropiate ale dependenței comportamentale. Obsesiile sunt gânduri pe care o persoană nu se poate abține să le aibă, iar compulsiunile sunt comportamente pe care cineva nu se poate abține să le manifeste. Există o diferență clară între dependențe și obsesii, respectiv compulsiuni. Dependențele vin cu promisiunea unor recompense imediate sau a unei întăriri de tip pozitiv. În schimb, obsesiile și compulsiunile generează neplăceri profunde atunci când *nu* li se dă curs. Acestea promit o eliberare – cunoscută și sub numele de întărire de tip negativ –, dar nu recompensele atractive ale unei dependențe consumate. (Din moment ce sunt atât de apropiați, voi folosi toți cei trei termeni în această carte.)

Dependența comportamentală mai are și o a treia rudă – pasiunea obsesivă.[17] În 2003, șapte psihologi canadieni, sub coordonarea cercetătorului Robert Vallerand, au scris o lucrare în care conceptul de pasiune era divizat în două. „Pasiunea", spuneau aceștia, „este definită ca fiind o înclinare puternică în direcția unei activități care le face oamenilor plăcere, pe care o consideră importantă și în care investesc timp și energie." Pasiunile armonioase sunt activități foarte sănătoase, pe care oamenii aleg să le facă fără alte condiționări – setul cu trenulețe la care un bătrân lucrează de când era tânăr sau seriile de picturi abstracte pe care o femeie de vârstă mijlocie le desenează în timpul ei liber. „Indivizii nu sunt constrânși să îndeplinească activitatea", au spus cercetătorii, „ci aleg să facă asta de bunăvoie." La acest tip de pasiune activitatea ocupă o pondere semnificativă, dar nu copleșitoare, în identitatea persoanei și se află în armonie cu alte aspecte ale vieții individului."

În schimb, pasiunile obsesive sunt nesănătoase și uneori periculoase. Susținute de o nevoie care depășește simpla bucurie, este posibil ca acestea să genereze dependențe comportamentale. Așa cum au definit-o cercetătorii, individul „nu se poate abține să nu se implice în activitatea tip pasiune. Pasiunea trebuie să își urmeze cursul pe măsură ce controlează individul. Pentru că implicarea în activitate este mai presus de controlul persoanei, în cele din urmă ajunge să ocupe o pondere disproporționată în identitatea persoanei și generează conflicte cu alte activități din viața persoanei". Aceasta este pasiunea pentru un joc video pe care un adolescent îl joacă toată noaptea în loc să doarmă și să își facă temele. Sau alergătorul care cândva alerga de plăcere, dar acum se simte obligat să alerge cel puțin 10 kilometri pe zi, într-un anumit ritm, chiar dacă asta îl afectează fizic. Până când nu ajunge la pat, incapabil să meargă, va continua să alerge în fiecare zi, pentru că identitatea și bunăstarea lui sunt profund legate de această activitate. Pasiunile armonioase „fac viața să merite trăită", dar o pasiune obsesivă întunecă mintea.

Desigur, există persoane care nu sunt de acord cu ideea că dependențele ar putea exista strict la nivel comportamental. Aceștia întreabă: „Cum rămâne cu substanțele?" „Dacă poți fi dependent de jocuri video și smartphone-uri, de ce n-ai putea fi dependent de a mirosi flori sau de a merge înapoi?" *Poți* fi dependent de acestea, teoretic. Dacă ajung să îndeplinească o nevoie profundă, dacă nu poți rezista fără ele și dacă începi să te ocupi de acestea cu prețul neglijării altor aspecte ale vieții tale, atunci vei fi dezvoltat o dependență comportamentală de mirosit flori sau de mers înapoi. Probabil că nu sunt mulți

oameni cu aceste dependențe particulare, dar nu sunt de neconceput. În schimb, există mulți, *mulți* oameni care manifestă simptome similare atunci când le dai un smartphone, când le arăți un joc video atractiv sau când pomenești despre e-mail.

Există și oameni care consideră că termenul „dependență" nu se poate folosi pentru a descrie majoritatea populației. „Nu devalorizează asta termenul «dependență»? Nu îl face să devină lipsit de sens și gol?", întreabă aceștia. Atunci când, în 1918, o pandemie de gripă a omorât 75 de milioane de oameni, nimeni nu a sugerat că diagnosticul de gripă ar fi fost nesemnificativ. Situația cerea atenție tocmai pentru că a afectat atât de mulți oameni și același lucru este valabil și pentru dependența comportamentală. Este dificil să ne abținem de la telefoane și e-mailuri – pentru că ambele fac parte din societatea de azi și promovează experiențe satisfăcătoare la nivel psihologic – și vor mai apărea experiențe generatoare de dependențe în deceniile care urmează. Nu ar trebui să folosim un termen diluat pentru a le descrie; ar trebui să conștientizăm cât de grave sunt, cât de mult rău fac bunăstării noastre colective și cât de multă atenție merită. Dovezile de până acum sunt îngrijorătoare, iar tendințele sugerează că ne scufundăm și mai mult în ape periculoase.

Chiar și așa, este important să folosim cu grijă termenul „dependență comportamentală".[18] O etichetă îi poate încuraja pe oameni să vadă o tulburare în orice. Copiii timizi au fost deodată etichetați ca „suferind de Asperger" atunci când termenul a devenit popular; oamenii cu emoții volatile au fost, la fel, etichetați ca fiind „bipolari". Allen Frances, psihiatru și expert în dependență, își face griji în privința termenului „dependență comportamentală". „Dacă 35% dintre oameni suferă de o tulburare, atunci pur și simplu face parte din natura

umană", spune acesta. „Este o greșeală *să medicalizăm* dependența comportamentală. Ar trebui să procedăm ca în Taiwan și Coreea. Dependența comportamentală este percepută acolo mai degrabă ca o problemă socială decât ca una medicală." Eu sunt de acord. Nu ar trebui să urmeze un tratament toți cei care folosesc telefonul mai mult de 90 de minute pe zi. Dar de ce oare sunt smartphone-urile atât de atrăgătoare? Ar trebui să ne gândim la granițe structurale pentru rolul din ce în ce mai mare pe care îl joacă în viețile noastre, ale tuturor? Un simptom care afectează atât de mulți oameni nu devine mai puțin real sau mai puțin acceptabil doar pentru că devine o nouă normă; trebuie să înțelegem acel simptom pentru a decide cum trebuie gestionat.

Chiar, cât de frecvente sunt dependențele comportamentale?[19] Cele mai grave dependențe, care îi aduc pe oameni în spitale sau care îi împiedică să ducă vieți cât de cât normale, sunt destul de rare și afectează doar câteva procente din populație. Însă dependențele comportamentale moderate au o incidență mult mai mare. Aceste dependențe ne fac să ne simțim mai puțin împliniți în viață, ne fac să fim mai puțin eficienți la lucru și la joacă și ne limitează interacțiunile cu alți oameni. Induc traume psihologice mai blânde decât dependențele grave, dar chiar și traumele mai mici se acumulează în timp și duc la degradarea bunăstării individului.

Este dificil să ne dăm seama cât de mulți oameni suferă de dependențe comportamentale, pentru că cele mai multe dintre ele nu ajung să fie menționate. Zeci de studii au investigat acest aspect, dar cea mai cuprinzătoare cercetare îi aparține unui profesor de psihologie britanic, Mark Griffiths, care studiază dependențele comportamentale de mai bine de 20 de

ani. Acesta vorbește pe cât de repede și pe cât de pasional v-ați aștepta din partea cuiva care a publicat mai mult de 500 de lucrări până la mijlocul carierei. Student precoce, Griffiths și-a finalizat doctoratul la 23 de ani – cu câțiva ani înainte de explozia internetului. „Era 1994", spune Griffiths, „prezentam o lucrare la o întâlnire anuală a Societății Britanice de Psihologie, întâlnire centrată pe tehnologie și dependență, și a existat o conferință de presă după prezentări. La acel moment se vorbea despre dependențe de jocuri de noroc, jocuri video și TV și cineva a întrebat dacă auzisem de chestia asta nouă numită internet și dacă ar putea duce la noi forme de dependență." La început Griffiths n-a prea știut ce să creadă despre internet, dar era fascinat de ideea că ar putea duce la dependență. A făcut demersuri pentru a obține o finanțare guvernamentală și a început să studieze problema.

Reporterii îl întrebau adesea pe Griffiths cât de frecvente erau dependențele comportamentale, dar avea mari dificultăți în a le da un răspuns clar. Informațiile pur și simplu nu erau disponibile. Așa că s-a aliat cu doi cercetători de la Universitatea din California de Sud pentru a afla. Aceștia au publicat o lucrare analitică cuprinzătoare și riguroasă în 2011, după ce trecuseră prin zeci de studii, fiecare dintre acestea fiind filtrat serios înainte de a fi inclus. Studiile fuseseră luate în calcul doar dacă avuseseră cel puțin 500 de participanți, femei și bărbați, cu vârste cuprinse între 16 și 65 de ani și instrumentele de măsură fuseseră de încredere și susținute de cercetări atente. Rezultatul s-a concretizat într-un număr impresionant de 83 de studii, care au cumulat 1,5 milioane de participanți de pe patru continente. Studiile erau concentrate pe dependențe de jocuri de noroc, dragoste, sex, shopping, internet, exerciții fizice și muncă, dar și dependențe de alcool, nicotină, narcotice și alte substanțe.

Concluzia: un uluitor procent de 41% din populație suferise de cel puțin o dependență comportamentală în ultimele douăsprezece luni. Acestea nu sunt tulburări triviale; Griffiths și colegii săi spuneau că aproape jumătate din populație resimțise următoarele simptome:

> Pierderea capacității de a alege liber între oprirea sau continuarea comportamentului (pierderea controlului) și suportarea consecințelor neplăcute datorate manifestării comportamentului. Cu alte cuvinte, individul nu mai poate să estimeze realist când se va manifesta comportamentul, cât timp va dura, când se va opri sau ce alte comportamente ar putea să devină asociate cu cel de tip dependent. În consecință, se renunță la alte activități sau, dacă nu se renunță de tot la ele, acestea nu mai sunt percepute ca fiind la fel de plăcute ca altădată. Alte consecințe negative ale comportamentului de tip dependent pot fi influențele asupra rolurilor vieții (serviciu, activități sociale sau hobby-uri), limitarea relațiilor sociale, activități ilegale sau probleme de natură legală, implicarea în situații periculoase, răni fizice și deteriorări, pierderi financiare sau traume emoționale.

Unele dintre aceste dependențe continuă să se amplifice odată cu inovațiile tehnologice și schimbările sociale. Un studiu recent sugera că până la 40% din populație suferă de o formă sau alta de dependență legată de internet, fie de e-mail, jocuri sau pornografie.[20] Un alt studiu a arătat că 48% din eșantionul de studenți americani pe care îl analizase erau „dependenți de internet", iar alți 40% erau la limita dependenței sau potențiali dependenți. Atunci când li s-a solicitat să vorbească despre interacțiunile lor cu internetul cei mai mulți dintre studenți au înclinat spre consecințele negative, explicând că munca lor, relațiile și viețile de familie aveau de suferit din cauză că petreceau prea mult timp online.

În acest moment s-ar putea să vă întrebați dacă și voi înșivă sau cineva la care țineți este practic „dependent de internet". Aceasta este o mostră de cinci întrebări din cele 20 cuprinse în Testul de dependență de internet, un instrument folosit la scară largă pentru a măsura dependența de internet.[21] Opriți-vă puțin pentru a răspunde la fiecare întrebare conform scalei de mai jos, cuprinsă între 0 și 5:

Testul de dependență de internet

Alegeți răspunsul care reprezintă cel mai bine frecvența fiecărui comportament menționat, folosind scala de mai jos

0 = Nu este cazul
1 = Rareori
2 = Ocazional
3 = Frecvent
4 = Adesea
5 = Întotdeauna

Cât de frecvent vă surprindeți petrecând online mai mult timp decât vă propuseserăți? ___

Cât de frecvent se plâng alte persoane din viața voastră de cât timp petreceți online? ___

Cât de frecvent vă verificați e-mailul înainte de orice altceva trebuie să faceți? ___

Cât de frecvent dormiți mai puțin din cauza sesiunilor online la ore târzii ale nopții? ___

Cât de frecvent vă surprindeți spunând „doar câteva minute" atunci când sunteți online? ___

Dacă ați obținut cel mult 7 puncte, atunci nu manifestați semne că ați fi dependenți de internet. Un scor cuprins între 8 și 12 puncte sugerează o dependență ușoară de internet – s-ar putea să stați pe internet prea mult timp uneori, dar în general aveți situația sub control. Un scor între 13 și 20 indică o dependență moderată, ceea ce înseamnă că relația voastră cu internetul vă face „probleme ocazionale sau frecvente".

Un scor cuprins între 21 și 25 sugerează o dependență gravă de internet și indică faptul că internetul produce „probleme semnificative în viața voastră". (Mă voi întoarce la problema gestionării unui scor mare în cea de-a treia secțiune a acestei cărți.)

În afara dependenței de internet, 46% dintre oameni spun că nu ar suporta să trăiască fără telefoanele lor (unii ar prefera să fie ei înșiși răniți fizic decât să le pățească ceva telefoanele)[22] și 80% dintre adolescenți își verifică telefonul cel puțin o dată pe oră.[23] În 2008, adulții își petreceau cu telefoanele, în medie, 18 minute pe zi; în 2015 își petreceau două ore și 48 de minute pe zi.[24] Această întoarcere spre dispozitive mobile este periculoasă, pentru că un dispozitiv care călătorește cu tine este întotdeauna un instrument mai favorabil dependenței. Un studiu a raportat că 60% dintre participanți se uitaseră compulsiv la zeci de episoade din serii TV la rând, în ciuda faptului că intenționaseră să se oprească mult mai repede. Până la 59% dintre oameni spun că sunt dependenți de rețele sociale și că, până la urmă, concentrarea lor asupra acestor platforme îi face nefericiți. Din acel grup, jumătate spun că simt nevoia să acceseze acele platforme cel puțin o dată pe oră. După o oră devin anxioși, agitați și incapabili să se mai concentreze. În paralel, existau 280 de milioane de dependenți de smartphone-uri în 2015. Dacă s-ar aduna cu scopul de a forma „Statele Unite ale Nomofobiei", ar deveni a patra cea mai populată țară din lume, după China, India și Statele Unite.

În anul 2000, Microsoft Canada raporta că individul obișnuit reușea să rămână atent 12 secunde; până în 2013 atenția scăzuse la 8 secunde.[25] (Conform Microsoft, un peștișor auriu are, prin comparație, o atenție medie de 9 secunde.) „Atenția oamenilor se diminuează", constata raportul. Dintre tinerii cu vârste cuprinse între 18 și 24 de ani, 77% susțineau că recurg la telefoanele mobile înainte de a face orice altceva atunci când

nu se întâmplă nimic. Din același grup, 87% spun că adesea se deconectează de restul lumii uitându-se la episod după episod din seriale TV. Chiar mai îngrijorător, cei de la Microsoft au cerut unui număr de 2 000 de tineri adulți să își concentreze atenția asupra unui șir de numere și litere pe monitorul unui calculator. Cei care petreceau mai puțin timp pe rețelele sociale au fost cu mult mai buni la îndeplinirea sarcinii.

La originile sale, termenul dependență se referea la un alt tip de legătură puternică: în Roma antică a fi dependent însemna că tocmai fusesei condamnat la sclavie.[26] Dacă îi datorai cuiva bani și nu-ți puteai plăti datoria, un judecător te condamna la dependență. Erai forțat să lucrezi ca sclav până când îți răscumpărai datoria. Aceasta a fost prima utilizare a cuvântului *dependență*, dar sensul a evoluat și a ajuns să descrie orice legătură care era dificil de rupt. Dacă îți plăcea să bei vin, erai dependent de vin; dacă îți plăcea să citești cărți, erai dependent de cărți. Nu era nimic fundamental greșit cu a fi dependent; mulți dependenți erau pur și simplu oameni cărora *chiar* le plăcea să mănânce sau să bea, să joace cărți sau să citească. A fi dependent însemna să fii pasionat de ceva, iar cuvântul *dependență* s-a diluat pe parcursul timpului.

În anii 1800 medicina a dat cuvântului un nou reviriment. Doctorii i-au acordat atenție în mod special la sfârșitul anilor 1800, atunci când chimiștii au învățat să sintetizeze cocaina, pentru că devenise din ce în ce mai dificil să îi dezveți pe utilizatori de folosirea acestui medicament. La început cocaina păruse a fi un miracol, permițându-le celor în vârstă să se plimbe kilometri întregi și celor epuizați să gândească limpede din nou. Totuși, la final, cei mai mulți dintre utilizatori deveneau dependenți și mulți nu supraviețuiau.

Mă voi întoarce în scurt timp la dependența comportamentală, dar pentru a înțelege evoluția fenomenului va trebui să mă concentrez întâi pe dependența de substanțe. Cuvântul „dependență" se referă la abuzul de substanțe doar de două secole încoace, dar oamenii au tot fost dependenți de substanțe timp de mii de ani. Dovezi ADN sugerează că oamenii de Neanderthal erau purtători ai unei gene cunoscute sub numele de DRD4-7R chiar și în urmă cu 40 de mii de ani. DRD4-7R este responsabilă pentru o gamă întreagă de comportamente care i-au făcut pe oamenii de Neanderthal să se distingă de umanoizii de dinaintea lor, inclusiv în ceea ce privește asumarea de riscuri, deschiderea spre nou și căutarea anumitor senzații.[27] În timp ce oamenii pre-Neanderthal erau timizi și evitau riscurile, cei de Neanderthal explorau în mod constant necunoscutul și rareori erau satisfăcuți. O variantă a DRD4-7R, cunoscută ca DRD4-4R, este și astăzi prezentă în ADN-ul unui procent de aproximativ 10% din populație, iar purtătorii acesteia sunt cu mult mai predispuși să fie temerari și dependenți în serie.

Este imposibil să spunem cu exactitate cine a fost primul om dependent, dar consemnările sugerează că el sau ea a trăit cu mai bine de treisprezece mii de ani în urmă.[28] Lumea era atunci un loc foarte diferit. Oamenii de Neanderthal dispăruseră de multă vreme, dar Pământul încă era acoperit de ghețari, mamuții urmau să mai existe încă două mii de ani, iar oamenii abia începuseră să domesticească oile, porcii, caprele și vacile. Creșterea animalelor și agricultura urmau să apară abia peste câteva milenii, dar pe insula Timor din sud-estul Asiei cineva dăduse peste betel*.

* Fructul (nucile) palmierului Areca (n.t.).

Betelul este vărul antic, nerafinat, al țigărilor moderne. Nucile betel conțin un lichid uleios și inodor cunoscut sub numele de arecolină, iar acesta este foarte similar nicotinei.[29] Atunci când mesteci o nucă betel, vasele de sânge se dilată, respiri mai ușor, îți crește pulsul și te simți mai relaxat. Adesea oamenii susțin că gândesc mai limpede după ce mestecă betel și încă este un drog popular în unele zone din sudul și sud-estul Asiei.

Totuși betelul are un efect secundar nefericit. Dacă mesteci aceste nuci suficient de mult, dinții se înnegresc, se cariază și s-ar putea să cadă. În ciuda costului cosmetic evident al consumului de astfel de nuci, destui dintre cei care le folosesc continuă să le mestece chiar și pe măsură ce își pierd dinții. Atunci când împăratul chinez Zhou Zhengwang a vizitat Vietnamul în urmă cu două mii de ani, și-a întrebat gazdele de ce aveau dinții negri. I s-a explicat că „mestecatul de betel este util pentru menținerea unor condiții sanitare bune în cavitatea bucală; așadar, dinții devin negri". În cel mai bun caz s-ar putea spune că acest raționament este discutabil. Atunci când părți din tine devin negre de tot, chiar trebuie să ai o minte vizionară pentru a concluziona că transformarea este sănătoasă.

Cei din Asia de Sud nu erau singurii dependenți antici. Și alte civilizații s-au dedat la orice creștea în zonele lor. Timp de mii de ani locuitorii Peninsulei Arabice și din Cornul Africii au mestecat frunze de catinonă, un stimulent care are același efect ca drogul cunoscut sub numele de speed sau metamfetamină. Cei care consumă catinona devin vorbăreți, euforici și hiperactivi, iar pulsul le crește de parcă ar fi băut câteva cești de cafea tare. Cam în aceeași perioadă, aborigenii australieni au descoperit planta cunoscută ca pituri, în timp ce contemporanii lor din America de Nord au descoperit tutunul. Ambele pot fi fumate sau mestecate și ambele conțin o doză serioasă de

nicotină. În paralel, în urmă cu șapte mii de ani, sud-americanii din Anzi au început să mestece frunze de coca la întrunirile comunale de amploare. La o emisferă distanță, sumerienii învățau să prepare opiu, ceea ce le provoca atât de multă plăcere încât au inscripționat instrucțiunile pe tăblițe de lut.

Dependența de substanțe, așa cum o știm noi, este relativ nouă, pentru că se bazează pe procese chimice sofisticate și echipament costisitor. În serialul TV *Breaking Bad*, profesorul de chimie transformat în producător de metamfetamină, Walter White, este obsedat de puritatea produsului său. El produce „Cer albastru", care are o puritate de 99,1% și câștigă un imens respect la nivel global (și milioane de dolari din vânzarea drogurilor). Însă, în realitate, dependenții de metamfetamină vor cumpăra orice pot găsi, așa că cei care se ocupă cu vânzarea amestecă produsul de bază cu ingrediente de umplutură care îi diluează puritatea. Independent de accentul pus pe puritate, procesul de fabricație a drogului este complicat și tehnic. Același lucru este valabil și pentru multe alte droguri, care sunt foarte diferite din punct de vedere chimic de plantele naturale care conțin compușii de bază.

Înainte ca drogurile să fie o afacere de amploare, doctorii și chimiștii le-au descoperit efectele pe bază de încercare și eroare sau din întâmplare. În 1875, Asociația medicală britanică își alegea cel de-al 44-lea președinte în persoana lui Sir Robert Christison, în vârstă de 75 de ani. Christison era înalt, sever și excentric.[30] Începuse să profeseze cu 50 de ani în urmă, chiar în timp ce criminalii englezi învățau să se otrăvească reciproc cu arsenic, stricnină și cianură. Christison se întrebase cum este afectat corpul uman de ele și de alte toxine. Voluntarii se găseau greu, așa că decenii întregi a înghițit și regurgitat el

însuși otrăvuri periculoase, consemnându-le efectele în timp real, chiar înainte să-și piardă cunoștința.

Una dintre aceste toxine era o mică frunză verde, care îi amorțea gura lui Christison, îi dădea un plus de energie durabilă și îl făcea să se simtă cu decenii mai tânăr decât cei 80 de ani pe care îi avea. Christison s-a simțit atât de înviorat încât a hotărât să iasă la o plimbare lungă. După 9 ore și 25 de kilometri parcurși, s-a întors acasă și a notat că nu se simțea nici înfometat și nici însetat. A doua zi dimineața s-a trezit simțindu-se în formă și pregătit să înfrunte o nouă zi. Christison mestecase frunza de coca, planta responsabilă pentru celebra sa rudă-stimulent – cocaina.

În Viena, la peste 1 500 de kilometri spre sud-est, un tânăr neurolog experimenta și el cu cocaina. Mulți și-l amintesc pe Sigmund Freud pentru teoriile sale despre personalitatea umană, sexualitate și vise, dar la vremea lui a fost celebru și pentru promovarea cocainei. Chimiștii sintetizaseră prima dată drogul cu trei decenii mai devreme, iar Freud a citit cu interes despre miraculoasa plimbare de 25 de kilometri a lui Christison. Freud a descoperit nu doar că îi dădea energie, dar cocaina îi calma și episoadele depresive recurente și indigestia. Într-una din cele peste 900 de scrisori pe care i le-a trimis logodnicei sale, Martha Bernays, Freud scria:

> Dacă merge bine, voi scrie un eseu despre cocaină și mă aștept ca aceasta să își câștige locul în procedurile terapeutice, alături de morfină și superioară acesteia... Eu iau în mod regulat doze foarte mici pentru depresie și indigestie, cu un succes fenomenal.

Viața lui Freud a fost plină de urcușuri și coborâșuri, dar deceniul de după această scrisoare trimisă Marthei a fost în mod deosebit turbulent. A început cu o culme: publicarea în

1884 a eseului său numit „Über Coca".[31] Așa cum spunea Freud, „Über Coca" era „o odă în cinstea acestei substanțe magice". Freud a jucat toate rolurile în drama „Über Coca"; a fost experimentator, cobai și scriitor înflăcărat.

> La câteva minute după ce se ia cocaină individul simte o încântare subită și are un sentiment de ușurare. Se simte ca o mângâiere pe buze și în cerul gurii, iar apoi o senzație de căldură în aceleași zone... Efectul psihologic al cocainei... constă în încântare și euforie de durată, cu nimic diferită de euforia normală a unei persoane sănătoase.

„Über Coca" face aluzie și la partea mai întunecată a cocainei, deși Freud părea mai mult fascinat decât îngrijorat:

> În timpul acestui prim experiment am avut și un scurt episod în care am resimțit efecte toxice... Respirația îmi devenise mai înceată și mai profundă și m-am simțit obosit și somnoros; am căscat frecvent și m-am simțit cam fără chef... Dacă se lucrează intensiv sub influența plantei de coca, după trei sau cinci ore apare un declin în senzația de bine, iar pentru a ține la distanță oboseala este necesară încă o doză de coca.

Mulți psihologi l-au criticat pe Freud pentru că cele mai cunoscute teorii ale sale sunt imposibil de testat (sunt cu adevărat preocupați de uter bărbații care visează peșteri?), dar a fost excelent în experimentele sale riguroase cu cocaina. Așa cum demonstrează scrisorile sale, Freud a descoperit cum cocaina, la fel ca orice stimulent care dă dependență, își pierdea efectul, iar în timp își diminua influența. Singura cale de a recrea prima experiență era prin doze repetate, din ce în ce mai mari. El a luat cel puțin o duzină de doze mari și în cele din urmă a devenit dependent. Se chinuia să gândească și să

lucreze fără drog și era convins că cele mai bune idei prindeau aripi sub influența substanței. În 1895 nasul i s-a infectat și a recurs la operații pentru a-și repara nările distruse. Într-o scrisoare adresată prietenului și specialistului său ORL Wilhelm Fliess, Freud a descris cu detalii grăitoare efectele cocainei. În mod ironic, singura chestie care îi alina atunci nasul era o nouă doză de cocaină. Când durerile erau foarte intense, își înmuia nările cu o soluție de apă și cocaină. Un an mai târziu, demoralizat fiind, a concluzionat: cocaina era mai mult nocivă decât benefică. În 1896, la doisprezece ani după primul contact cu cocaina, Freud a trebuit să înceteze complet să mai ia drogul.

Cum a putut Freud să vadă avantajele cocainei, dar nu și foarte evidentele părți proaste? La începutul idilei sale cu drogul, fusese convins că asta era soluția pentru dependența de morfină. El a descris cazul unui pacient care renunțase brusc la morfină și intrase în „sevraj subit", chinuit de frisoane și valuri de depresie. Însă, atunci când acesta a început să ia cocaină, s-a recuperat complet, funcționând normal cu ajutorul unei doze mari de cocaină în fiecare zi. Cea mai mare greșeală a lui Freud a fost că a crezut că acest efect avea să fie permanent:

> După zece zile a reușit să renunțe cu totul la tratamentul cu coca. Așadar, tratamentul dependenței de morfină cu ajutorul coca nu înseamnă doar schimbarea unei dependențe cu alta... consumul de coca este doar temporar.

Freud a fost sedus de cocaină parțial pentru că trăia într-o epocă în care dependența se presupunea că îi afectează pe cei cu minți și corpuri slabe. Geniul și dependența erau incompatibile, iar el (la fel ca Robert Christison) a descoperit cocaina pe când era la apogeul puterilor sale intelectuale. Freud a înțeles atât de profund greșit drogul, încât credea că putea înlocui și

elimina dependența de morfină. Nu a fost singurul care a crezut asta. Cu două decenii înainte ca Freud să scrie „Über Coca", un colonel din armata confederată devenise dependent de morfină după ce fusese rănit în timpul ultimei bătălii din Războiul Civil american. Și el a crezut că putea să își depășească dependența de morfină cu o tinctură bazată pe cocaină. S-a înșelat, dar doctoria sa a ajuns în cele din urmă să fie una dintre cele mai consumate substanțe de pe Pământ.

Războiul Civil s-a încheiat cu o bătălie scurtă, dar sângeroasă, în seara zilei de Paște, pe 16 aprilie 1865. Armatele unioniste și confederate s-au înfruntat pe râul Chattahoochee, în apropiere de Columbus, Georgia, și s-au luptat călare în apropierea a două poduri de pe râu. Un soldat confederat ghinionist, John Pemberton, a dat peste un zid de cavaleriști unioniști atunci când a încercat să blocheze un pod care ducea în centrul orașului Columbus. Pemberton s-a repezit la o sabie, dar a fost împușcat înainte să o poată folosi. În timp ce se retrăgea în agonie, un soldat unionist i-a făcut lui Pemberton o tăietură adâncă de-a lungul pieptului și stomacului. S-a prăbușit, aproape să moară, dar a fost târât într-un loc sigur de un prieten.

Pemberton a supraviețuit, dar rana i-a provocat dureri luni întregi. La fel ca mii de alți soldați răniți, și-a tratat durerea cu morfină. La început doctorii îi administraseră doze mici, la intervale mari de timp, dar Pemberton a început să devină tolerant la drog. A cerut doze mai mari din ce în ce mai des și până la urmă a devenit pe deplin dependent. Doctorii au făcut tot ce au putut pentru a-l dezvăța de drog, dar au fost subminați la fiecare pas – Pemberton fusese chimist înainte de război, așa că vechii săi furnizori l-au aprovizionat atunci când contribuția armatei s-a diminuat. Prietenii lui au început să se îngrijoreze,

iar Pemberton a fost în cele din urmă obligat să recunoască faptul că morfina îi făcea mai mult rău decât bine.

La fel ca orice om de știință competent – și asemenea lui Freud, mai târziu – Pemberton a făcut experimente.[32] Scopul lui era să găsească un substitut pentru morfină care să nu dea dependență și care să elimine durerile cronice. Până în 1880, după câteva încercări eșuate, Pemberton a dat lovitura cu așa-numitul Pemberton's French Wine Coca: o combinație de vin, frunze de coca, nuci de Kola și o plantă aromatică – damiana. În anii 1880 nu exista o instituție care să reglementeze produsele alimentare și medicamentele, așa că Pemberton era liber să laude (aluziv) beneficiile medicale ale tonicului, chiar dacă nu era chiar foarte sigur în ceea ce privește felul în care acționa. În 1885 a plătit pentru un anunț la ziar care spunea:

> French Wine Coca este susținut de mai bine de 20 000 dintre cei mai educați și riguroși științific medici din lume...
>
> ...Americanii sunt cei mai agitați oameni din lume... Pe toți cei care suferă de orice disconfort nervos îi încurajăm să recurgă la French Wine Coca, un remediu minunat și încântător, infailibil când vine vorba despre vindecarea tuturor celor care sunt afectați de orice problemă nervoasă, dispepsie, epuizare mintală și fizică, orice problemă cronică debilitantă, iritabilitate gastrică, constipație, dureri de cap, nevralgii etc. Toate sunt vindecate rapid de Coca Wine...
>
> ...Coca este un revigorant minunat pentru organele sexuale și va remedia slăbiciunea seminală, impotența etc. atunci când toate celelalte remedii nu dau roade...
>
> Pentru nefericiții care suferă de dependență de morfină sau de obiceiul opiului ori de folosirea excesivă a stimulenților alcoolici, French Wine Coca s-a dovedit a fi o mare binecuvântare și mii de oameni îl numesc cel mai remarcabil revigorant care a susținut vreodată un sistem în declin.

La fel ca Sigmund Freud, Pemberton credea că o combinație de cafeină și frunze de coca urma să îi învingă dependența de morfină fără să se aleagă cu o alta în loc. Când guvernul local a promulgat legea prohibiției în 1886, Pemberton a eliminat vinul din doctoria sa și a botezat-o Coca-Cola.

Povestea se împarte în două de aici încolo. Pentru produsul Coca-Cola, nimic nu a stat în calea triumfului. Coca-Cola a trecut de la putere la putere, fiind vândută întâi magnatului Asa Candler și apoi geniilor în marketing Ernest Woodruff și W.C. Bradley. Woodruff și Bradley au avut sclipitoarea idee de a vinde Cola în seturi de câte șase, pentru a putea fi duse mai ușor de la magazin acasă și amândoi au devenit incredibil de bogați. Pentru individul John Pemberton, lucrurile au stat pe dos. Coca-Cola nu s-a dovedit a fi un substitut bun pentru morfină, iar dependența lui s-a agravat. În loc să înlocuiască morfina, cocaina a complicat problema, starea lui de sănătate s-a deteriorat, iar în 1888 a murit falit.

E ușor să ne uităm înapoi cu superioritate atunci când ne gândim la cât de puțin înțelegeau Freud și Pemberton despre cocaină. Noi ne învățăm copiii că este periculoasă și e greu de crezut că experții considerau cocaina ca fiind un panaceu cu doar un secol în urmă. Dar poate că superioritatea noastră nu e justificată. La fel cum cocaina i-a fermecat pe Freud și Pemberton, astăzi noi suntem îndrăgostiți de tehnologie. Suntem dispuși să trecem cu vederea costurile datorită numeroaselor beneficii aparente: pentru mijloacele de divertisment la cerere, servicii auto și curățătorii; Facebook și Twitter; Instagram și Snapchat; Reddit și Imgur; Buzzfeed și Mashable; Gawker și Gizmodo; site-uri de pariuri online, platforme video pe internet și portaluri de muzică; săptămâni cu o sută de ore de lucru, reprize scurte de somn și antrenamente la sală de

patru minute; și dezvoltarea unei noi rase de obsesii, compulsii și dependențe care abia dacă existau în secolul XX.

Și apoi mai e și lumea socială a adolescentului modern.

În 2013, psihologul Catherine Steiner-Adair a explicat că mulți copii americani intră prima dată în contact cu lumea digitală atunci când observă că părinții lor „nu sunt la datorie".[33] „Mama mea se uită la iPad în timpul cinei aproape tot timpul", i-a spus un copil de 7 ani lui Steiner-Adair. „Întotdeauna «doar se uită ce mai e pe acolo»." Penny, și ea tot în vârstă de 7 ani, a spus: „O tot rog mereu să ne jucăm, să ne jucăm, iar ea scrie tot timpul mesaje pe telefon". La 13 ani, Angela își dorește ca părinții ei să fi înțeles că „tehnologia nu reprezintă întreaga lume... e enervant pentru că e la modul *ai și o familie! Ce ziceți să petrecem pur și simplu niște timp împreună*, iar ei răspund gen «Stai așa... Vreau doar să mă uit repede la ceva pe telefon. Trebuie să sun la serviciu și să văd ce se petrece»". Părinții care au copii mai mici fac și mai mult rău atunci când se tot uită mereu la telefoanele și tabletele lor. Folosindu-se de camere video atașate la nivelul capului, cercetătorii au demonstrat că bebelușii urmăresc instinctiv ochii părinților lor.[34] Părinții distrași cresc copii distrași, pentru că părinții care nu se pot concentra își învață copiii aceleași tipare de atenție. Cercetătorul coordonator al lucrării spune că: „Aptitudinea copiilor de a fi cât mai atenți este cunoscută ca fiind un puternic indicator al succesului lor ulterior în domenii ca abilități lingvistice, rezolvarea de probleme și alte praguri esențiale în dezvoltarea cognitivă. Părinții care par a fi distrași sau care privesc intens în altă direcție în timp ce copiii lor se joacă par să aibă un impact negativ asupra capacității de menținere a

atenției concentrate în cazul bebelușilor, într-un stadiu-cheie al dezvoltării".[35]

Copiii nu se nasc tânjind după tehnologie, dar ajung să o considere indispensabilă. Până când ajung la gimnaziu viețile lor sociale migrează din lumea reală în cea digitală. Toată ziua, în fiecare zi, distribuie sute de milioane de poze pe Instagram și trimit miliarde de mesaje. Nu au opțiunea de a lua o pauză, pentru că acesta este locul în care vin pentru confirmări și prietenie.

Interacțiunile online nu sunt pur și simplu diferite de cele din lumea reală; acestea sunt cuantificabil de calitate inferioară. Oamenii învață empatia și înțelegerea prin urmărirea felului în care acțiunile lor îi afectează pe alții. Empatia nu poate înflori fără feedback imediat și este o aptitudine cu un ritm de dezvoltare foarte lent. O analiză făcută pe 72 de studii a arătat că empatia s-a diminuat în rândul studenților între 1979 și 2009. Aceștia sunt mai puțin predispuși să încerce să privească lucrurile din perspectiva altora și manifestă mai puțină grijă față de alții. Problema este serioasă în rândul băieților, dar mai gravă la fete. Conform unui studiu, una din trei adolescente spune că cei de vârsta ei sunt în mare parte răutăcioși între ei pe rețelele sociale. Acest fenomen este valabil pentru unul din unsprezece băieți cu vârste cuprinse între 12 și 13 ani și pentru unul din șase băieți cu vârste între 14 și 17 ani.

Mulți adolescenți refuză să vorbească la telefon sau față în față și își gestionează conflictele prin mesaje scrise. „Este prea stânjenitor în persoană", i-a spus o fată lui Steiner-Adair. „Tocmai m-am certat cu cineva prin mesaje și am întrebat: «Pot să te sun sau să avem un apel video?» și mi-a răspuns «Nu»." O altă fată a spus: „Poți să analizezi mai mult și să planifici ce vrei să spui și nu va trebui să te confrunți cu mutra lor sau să le vezi reacția". Cu siguranță aceasta este o cale foarte

nefericită de a învăța să comunici, pentru că descurajează capacitatea de a fi direct. Așa cum spune Steiner-Adair, „mesajele scrise s-ar putea să fie cel mai prost antrenament posibil pentru oricine aspiră să aibă o relație matură, iubitoare, sensibilă". În tot acest timp, adolescenții sunt blocați în acest mediu. Ei fie se lipesc de lumea online, fie aleg să nu „petreacă timp" cu prietenii lor.

La fel ca Steiner-Adair, jurnalista Nancy Jo Sales a avut o serie de interviuri cu fete cu vârste cuprinse între 13 și 19 ani pentru a înțelege cum interacționează ele cu rețelele sociale.[36] Timp de doi ani și jumătate ea a călătorit pe teritoriul Statelor Unite, a vizitat zeci de state și a vorbit cu sute de fete. Și ea a concluzionat că acestea erau cufundate în lumea online, unde învățau și se confruntau cu cruzime, sexualizare excesivă și dezordine socială. Uneori rețelele sociale erau doar încă o modalitate de a comunica – dar pentru multe dintre fete era o cale clară spre suferință. Așa cum se întâmplă cu mai toate contextele generatoare de dependență, aceasta era combinația letală: aproape fiecare adolescentă folosea una sau mai multe platforme de rețele sociale, așa că erau obligate să aleagă între izolare socială și uz excesiv compulsiv. Nu e de mirare că atât de multe dintre ele petreceau ore întregi cu scrierea mesajelor și postarea pe Instagram în fiecare zi după școală; oricum s-ar uita la lucruri, acesta era mersul normal al lucrurilor. În acord cu descrierea lui Sales, Jessica Contrera a scris pentru *Washington Post* un articol cu titlul „13, chiar acum".[37] Contrera a trecut în revistă câteva zile din viața unei fete de 13 ani, Katherine Pommerening, o puștoaică obișnuită de clasa a opta care se cocoșa sub greutatea atât de multor „aprecieri și comentarii". Cel mai trist citat de la Pommerening apare spre finalul articolului: „Nu mă mai simt ca un copil", spune Katherine. „Nu fac nimic copilăresc. La sfârșitul clasei a

șasea" – atunci când toți prietenii ei și-au luat telefoane și și-au instalat Snapchat, Instagram și Twitter – „pur și simplu am renunțat să mai fac tot ceea ce făceam în mod normal. Să mă joc în pauze, să mă joc cu jucării, toate, gata".

Băieții își petrec mai puțin timp pe platforme de interacțiune online, în schimb mulți dintre ei sunt captivați de jocuri. Problema este atât de evidentă, încât unii dezvoltatori de jocuri își retrag de pe piață jocurile. Au început să aibă remușcări – nu pentru că jocurile lor ar include sex sau violență, ci pentru că sunt diavolesc de generatoare de dependență. Oferind combinația ideală de emoție și feedback, suntem încurajați să ne jucăm ore întregi, zile, săptămâni, luni și chiar ani. În mai 2013, un oarecare dezvoltator de jocuri video din Vietnam, Dong Nguyen, a lansat un joc numit Flappy Bird.[38] Jocul foarte simplu pentru telefon le solicita jucătorilor să îndrume o pasăre în zbor printre obstacole, prin apăsarea repetată pe ecran. O vreme, cei mai mulți dintre jucători au ignorat Flappy Bird, iar cei care îl evaluau îl blamau pe motiv că ar fi prea dificil sau pentru că părea să fie prea similar cu jocul Super Mario Bros al celor de la Nintendo. Timp de opt luni Flappy Bird a zăcut la coada topurilor cu aplicații descărcate.

Dar roata norocului s-a întors pentru Nguyen în ianuarie 2014. Flappy Bird a atras mii de descărcări peste noapte, iar până la sfârșitul lunii devenise aplicația gratuită cu cel mai mare număr de descărcări din magazinul online Apple. În punctul de triumf maxim, firma de design a lui Nguyen câștiga 50 000 de dolari pe zi doar din publicitate.

Pentru un designer de jocuri de talie mică așa ceva era Sfântul Graal. Nguyen ar fi trebuit să fie în extaz, dar el a schimbat foaia. Zeci de comentatori și fani se plângeau că erau dependenți fără scăpare de Flappy Bird. Jasoom79 spunea pe site-ul magazinului Apple: „Mi-a distrus viața... efectele

secundare sunt mai rele decât la cocaină/metamfetamină". Walter19230 și-a intitulat evaluarea „Apocalipsa" și a început textul cu „Viața mea s-a sfârșit". Mxndlsnsk îi avertiza pe cei care se gândeau să încerce jocul să nu descarce aplicația: „Flappy Bird va fi sfârșitul meu. Permiteți-mi să încep prin a vă spune SĂ NU descărcați Flappy Bird... Alții m-au avertizat, dar nu mi-a păsat... Nu dorm, nu mănânc. Îmi pierd prietenii".

Chiar dacă evaluările erau exagerate, jocul părea să facă mai mult rău decât bine. Sute de jucători îl făceau pe Nguyen să pară un vânzător de droguri atunci când îi comparau produsul cu metamfetamină și cocaină. Ce începuse ca un demers idealist născut din dragoste părea să corupă vieți, iar conștiința lui Nguyen îi umbrea succesul. Pe 8 februarie 2014 a scris pe Twitter:

> Îmi pare rău, utilizatori ai „Flappy Bird", dar peste 22 de ore voi dezactiva „Flappy Bird". Nu mai rezist așa.

Unii dintre utilizatorii Twitter au crezut că Nguyen vorbea despre revendicările referitoare la proprietate intelectuală, dar el a negat rapid:

> Nu are nicio legătură cu aspecte legale. Pur și simplu nu pot să mai păstrez jocul online.

Jocul a dispărut la fix și Nguyen a ieșit din lumina reflectoarelor. Sute de imitații ale Flappy Bird au apărut online, dar Nguyen era deja concentrat pe următorul său proiect – un joc mai complex care era construit în mod intenționat pentru a *NU* genera dependență.

Flappy Bird dădea dependență parțial pentru că tot ce avea legătură cu jocul se mișca rapid: atingerile de ecran, timpul

dintre jocuri, iureșul de noi obstacole. Lumea din exteriorul Flappy Bird se mișcă și ea mai repede decât în trecut. Ritmul greoi este inamicul dependenței, pentru că oamenii reacționează mai intens la legături rapide între acțiune și rezultat. Foarte puține aspecte ale lumii de astăzi – de la tehnologie la transport sau comerț – se întâmplă încet, așa că și creierele noastre reacționează în ritm alert.

Dependența este înțeleasă astăzi mai bine decât în secolul al XIX-lea, dar s-a și transformat și schimbat pe parcursul timpului. Chimiștii au creat substanțe cu un grad periculos de predispoziție la dependență, iar antreprenorii care conturează experiențe au născocit și ei comportamente la fel de generatoare de dependență. Această evoluție s-a accelerat abia în ultimele două sau trei decenii și nu se vede niciun semn că s-ar domoli.

Chiar de curând un doctor a depistat primul dependent de ochelarii Google Glass – un ofițer al forțelor navale care a manifestat simptome specifice sevrajului atunci când a încercat să se dezvețe de gadget.[39] Folosise dispozitivul timp de 18 ore pe zi și începuse să viseze de parcă și în somn privea prin dispozitiv. El reușise să treacă peste dependența de alcool, le-a mărturisit doctorilor, dar cu actuala dependență era mult mai dificil de luptat. Noaptea, când se relaxa, arătătorul său drept urca în mod repetat spre tâmplă. Căuta butonul de deschidere al ochelarilor, buton care nu mai era acolo.

2 Dependentul din fiecare dintre noi

Cele mai multe dintre filmele de război fac abstracție de plictiseala care se instalează între episoadele de acțiune.[40] În Vietnam, mii de soldați americani au stat și au așteptat timp de săptămâni, luni sau chiar ani. Unii așteptau instrucțiuni de la superiori, alții așteptau să înceapă acțiunea. Hugh Penn, un veteran al războiului din Vietnam, își amintea că soldații își petreceau timpul jucând rugby și bând bere la 1,85 de dolari lada. Dar plictiseala este inamicul natural al comportamentului cuminte și nu toată lumea iubea activitățile de petrecere a timpului liber tipic americane.

Vietnamul se află în imediata vecinătate a unei regiuni din Asia de Sud cunoscută sub numele de Triunghiul de Aur.[41] Această regiune include Myanmar, Laos și Thailanda și a fost sursa principală de heroină la nivel mondial în timpul Războiului din Vietnam. Heroina se găsește în diferite grade de puritate, iar cele mai multe dintre laboratoarele de la acea vreme din Triunghiul de Aur produceau un produs grosier, de calitate inferioară, cunoscut sub numele de heroină nr. 3. În 1971 totul s-a schimbat. Laboratoarele au invitat o serie de mari chimiști din Hong Kong care perfecționaseră un proces periculos cunoscut sub numele de precipitare eterică. Aceștia au început să producă heroina nr. 4, care avea o puritate de până la 99%. Pe măsură ce prețul heroinei a crescut de la 1 240 de dolari la 1 780 de dolari per kilogram, a început să-și croiască drum spre sudul Vietnamului, unde soldații americani plictisiți abia așteptau să iasă din amorțeală.

Deodată, heroina nr. 4 era peste tot. Adolescente vindeau fiole la tarabe de pe marginea drumului, de-a lungul autostrăzii dintre Saigon și baza militară americană din Long Binh. În Saigon, vânzători de stradă îngrămădeau fiole cu mostre în buzunarele soldaților aflați în trecere, în speranța că vor reveni apoi pentru o a doua doză. Menajerele care făceau curat în barăcile armatei vindeau fiole în timp ce lucrau. În interviuri, 85% dintre soldații americani care s-au întors din război au spus că li se oferise heroină. Unui soldat i s-a oferit heroină în timp ce cobora din avionul care îl adusese în Vietnam. Vânzătorul, un soldat aflat sub influența heroinei care se întorcea acasă din război, nu ceruse decât o mostră de urină pentru a convinge autoritățile americane că nu consuma droguri.

Puțini dintre acești soldați fuseseră cât de cât aproape de heroină înainte de a se înrola. Veniseră sănătoși și hotărâți să lupte, dar acum ajungeau dependenți de unele dintre cele mai puternice droguri de pe planetă. Până la sfârșitul războiului, 35% dintre bărbații înrolați spuneau că încercaseră heroină și 19% au spus că erau dependenți. Heroina era atât de pură încât 54% dintre toți cei care o consumau deveneau dependenți – cu mult mai mult decât cele 5-10 procente ale celor care deveniseră dependenți de amfetamină sau barbiturice în Vietnam.

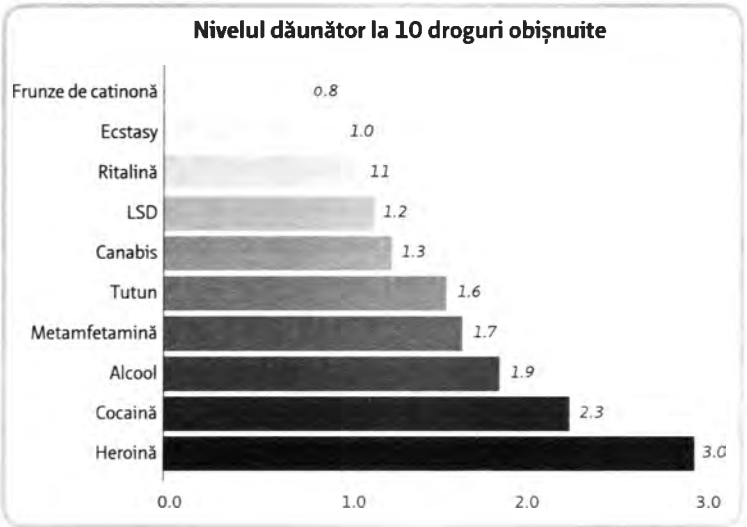
Veștile despre această epidemie au ajuns în cele din urmă la Washington, iar acolo birocrații guvernamentali au fost nevoiți să ia măsuri. La începutul lui 1971, președintele Richard Nixon a trimis doi congresmeni americani în Vietnam pentru a stabili cât de serioasă era epidemia. Congresmenii, republicanul Robert Steele și democratul Morgan Murphy, rareori vedeau lucrurile la fel, dar au fost de acord că era o catastrofă. Ei au descoperit că 90 de soldați muriseră în 1970 din cauza unor supradoze de heroină și se așteptau ca cifrele să crească până la sfârșitul lui 1971. Ambii fuseseră abordați de vânzători

de heroină în scurta lor ședere în Saigon și au fost convinși că drogul urma să-și croiască drum și spre Statele Unite. „Războiul din Vietnam chiar vine să ne bântuie acasă", spuneau Steele și Morgan într-un raport. „Primul val de heroină este deja în drum spre liceenii noștri." *New York Times* a publicat o poză mărită cu Steele care ținea în mână o fiolă de heroină, pentru a ilustra cât de ușor era pentru soldații americani să aibă acces la drog. Un editorial din *Times* pleda pentru retragerea tuturor trupelor americane din Vietnam „pentru a salva țara de la o epidemie de droguri distrugătoare".

La o conferință de presă susținută pe 17 iunie 1971, președintele Nixon a declarat război drogurilor. A privit fix la camerele de filmat, cu hotărâre fermă, și a spus: „Inamicul public numărul unu din Statele Unite este consumul de droguri".

Nixon și consilierii săi erau îngrijorați, nu doar pentru că soldații erau dependenți de heroină în Vietnam, ci pentru ceea ce urma să se întâmple atunci când se întorceau acasă. Cum gestionezi o infuzie subită de 100 000 de dependenți de heroină? Problema era cu atât mai gravă cu cât heroina era cel mai perfid drog de pe piață.

Atunci când cercetătorii britanici evaluaseră daunele produse de diferite droguri, heroina ieșise ca fiind cea mai nocivă, la mare distanță de celelalte.[42] Măsurat pe trei scale diferite care era probabilitatea ca un drog să ducă la răni fizice, să dea dependență și să producă daune sociale, heroina a înregistrat cel mai mare punctaj – trei din trei. Era de departe cel mai periculos drog și cel mai predispus să dea dependență din lume.



Și așa era dificil să îi dezveți de drog pe dependenții de heroină, dar 95% dintre aceștia recidivau cel puțin o dată după dezintoxicare. Puțini reușeau să renunțe pe deplin la obicei. Nixon era îndreptățit să își facă griji. El a adunat o echipă de experți care și-au petrecut fiecare oră în care se aflau în stare de veghe plănuind gestionarea celor 100 000 de noi pacienți care aveau nevoie de dezintoxicare. Echipa lui Nixon a hotărât că soldații care erau dependenți ar trebui să rămână în Vietnam până când depășeau dependența.

Guvernul a pus în aplicare un atac pe două fronturi, cu o desfășurare de forțe atât în Vietnam, cât și acasă. În Vietnam, generalul-maior John Cushman fusese însărcinat cu diminuarea consumului de heroină, problemă atât de răspândită, încât Cushman putea să o observe în timp ce se plimba prin bază.[43] Doctorii au confirmat că sute, dacă nu chiar mii de bărbați erau dependenți de drog. Șocat de amploarea problemei, Cushman a inițiat o acțiune în forță. Într-o dimineață,

la 5:30, și-a surprins trupele cu ordinul de reținere în bază timp de 24 de ore. Cu toții au fost percheziționați și au fost organizate clinici de urgență pentru a-i trata pe consumatori pe măsură ce începeau dezintoxicarea. Heroina se găsea atât de greu încât consumatorii disperați erau forțați să dea 40 de dolari pe fiolă – prețul fiind de 3 dolari pentru o fiolă cu doar o zi înainte. La început, Cushman părea să țină situația sub control, în condițiile în care 300 de bărbați s-au predat ei înșiși pentru a primi tratament. Dar câteva zile mai târziu, imediat ce a ridicat interdicția de a părăsi baza, rata de consum a crescut brusc din nou. Într-o săptămână, heroina se vindea cu 4 dolari fiola și mai mult de jumătate dintre cei care încercaseră dezintoxicarea consumau din nou drogul.

Acasă, guvernul numise o cercetătoare, pe Lee Robins, să monitorizeze evoluția soldaților care se întorceau din război.[44] Robins era profesoară de psihiatrie și sociologie la Universitatea Washington, în St. Louis, iar acolo studiase cauzele profunde ale epidemiilor psihiatrice. Robins era cunoscută pentru aptitudinea ei unică de a pune în timpul interviurilor întrebările potrivite exact la momentul potrivit. Oamenii aveau încredere în ea și părea să descopere informații delicate pe care participanții la interviuri preferau de obicei să nu le împărtășească. Guvernul hotărâse că Robins era persoana ideală care să susțină interviurile și să monitorizeze recuperarea miilor de soldați dependenți, pe măsură ce aceștia reveneau acasă.

Pentru Robins asta era o oportunitate extraordinară. „Să analizezi consumul de heroină pe o populație normală cu expunere mare e ceva unic", se gândea în 2010, „pentru că nu există niciun alt loc în lume în care heroina să fie folosită în mod obișnuit."

În Statele Unite, consumul de heroină este atât de rar, încât un studiu național făcut pe 2 400 de adulți arătase că doar 12 persoane consumaseră heroină în anul precedent. Pentru că consumatorii de heroină sunt puțin întâlniți și la nivel mondial, și în Statele Unite, cele mai multe informații pe care le avem despre heroină se bazează pe eșantioane de condamnați tratați.

Dar atunci când Robins a început să lucreze cu veteranii care se întorceau acasă, brusc lucrurile n-au mai fost așa de clare. Ceea ce a descoperit nu avea nicio logică.

În mod normal, doar 5% dintre toți dependenții de heroină nu se mai ating de drog, dar Robins a descoperit că doar 5% dintre soldații aflați în recuperare *recidivau*. Cumva, 95% reușeau să nu mai consume. Lumea, așteptându-se la o calamitate după îngrijorătoarea conferința de presă a lui Nixon, era în mod firesc convinsă că Robins ascundea adevărul. Robins și-a apărat studiul ani de-a rândul. A scris lucrări cu titluri ca „De ce studiul a fost un succes tehnic" și „Punctele forte ale studiului". Cei care o contestau o întrebau iar și iar cum putea fi sigură că rezultatele ei erau corecte și, dacă erau, de ce atât de puțini soldați consumau drogul după ce reveneau acasă. Este ușor de înțeles scepticismul lor. Ea fusese numită de un președinte sub asediu, care declarase război drogurilor, iar raportul lui Robins sugera că el ținea situația sub control. Chiar dacă ar fi fost independentă politic, rezultatele ei erau pur și simplu prea bune pentru a fi adevărate. În lumea sănătății publice victoriile se obțin la scala unor reduceri mici – o scădere de 3% aici sau una de 5% acolo. O scădere de 90% în cazul recidiviștilor era fantasmagoric. Dar Robins făcuse totul corect. Experimentul ei era riguros și rezultatele reale. Problema era cum explica *de ce* doar 5% dintre soldații participanți la studiul ei recidivaseră.

Răspunsul, s-a dovedit apoi, fusese descoperit cu mai bine de un deceniu în urmă, într-un laborator american de neuroștiințe, aflat la aproape 13 000 de kilometri distanță.

Oamenii de știință remarcabili fac descoperiri prin două abordări distincte: prin ajustare sau prin revoluționare. Ajustarea macină încet o problemă, așa cum apa sapă în piatră, în timp ce în cazul revoluțiilor o minte luminată vede ceva ce nimeni altcineva nu poate vedea. Dacă inginerul Peter Milner s-a concentrat pe ajustări, psihologul James Olds a fost un revoluționar.[45] Împreună au făcut o echipă excepțională. La începutul anilor 1950, într-un mic laborator dintr-un subsol al Universității McGill din Montreal, laborator plin de șoareci în cuști și echipament electric, Olds și Milner au făcut unul dintre cele mai cunoscute experimente din toate timpurile privind dependența. Ceea ce a făcut ca experimentul să fie atât de remarcabil a fost că nu fusese deloc conceput pentru a ne reconfigura felul în care înțelegem dependența.

De fapt, ar fi putut să treacă neobservat, dacă Olds și-ar fi făcut meseria cum trebuie.

Olds și Milner s-au cunoscut la Universitatea McGill din Montreal la începutul anilor 1950. În multe privințe erau complet diferiți. Cel mai important atu al lui Milner îl reprezentau cunoștințele lui tehnice. El știa tot ce era de știut despre creierii șoarecilor și despre curentul electric. Pe de altă parte, lui Olds îi lipsea experiența, dar dădea pe dinafară de idei mărețe. Tineri cercetători se tot perindau prin laboratorul lui Olds, atrași de flerul lui și de talentul pe care îl avea la descoperirea următorului succes. Bob Wurtz, primul care a absolvit sub îndrumarea lui Olds la sfârșitul anilor 1950, îi cunoștea bine pe Olds și pe Milner. El spunea că: „Olds nu deosebea capul

unui șoarece de dosul lui, iar prima sarcină a lui Milner a fost să îl învețe pe Olds noțiunile elementare privind fiziologia șoarecelui". Dar ceea ce îi lipsea lui Olds la nivelul priceperii tehnice, compensa pe deplin cu entuziasm și viziune. „James era un om de știință foarte agresiv", susține Wurtz. „El credea în serendipitate – dacă vezi ceva interesant, lași baltă orice altceva. De fiecare dată când el și Milner dădeau peste ceva demn de atenția presei, Jim gestiona relația cu media, în timp ce Milner continua munca de laborator."

Gary Aston-Jones, care și el studiase alături de Olds, și-l amintea la fel. „Olds era preocupat de întrebările importante. A fost întotdeauna motivat mai mult de concept decât de tehnică. Atunci când încercam să înțelegem cum putea o musculiță de oțet să învețe despre lume, Olds s-a așezat în patru labe, s-a târât pe podea și s-a prefăcut a fi o musculiță." Milner nu ar fi abordat vreodată problema în acest fel. Aryeh Routtenberg, un al treilea student care lucrase cu Olds, a explicat că „Milner era cam ca cealaltă față a lui Olds. Era tăcut, umil și modest, în timp ce Olds striga «am făcut o mare descoperire!»".

Zeci de ani experții au presupus că dependenții de droguri – consumatorii de laudanum, băutorii de ceai de mac și dependenții de opiacee – erau predispuși la așa ceva, că erau cumva construiți greșit. Olds și Milner au fost unii dintre primii cercetători care au întors cu susul în jos această idee – sugerând că, poate, în circumstanțele potrivite, cu toții am putea deveni dependenți.

Marea lor descoperire a început modest. Olds și Milner încercau să demonstreze că șoarecii alergau departe, în spatele cuștilor, de fiecare dată când un curent le stimula creierele

mici. Cercetătorii implantaseră o mică sondă care genera un flux de curent electric spre creierul șoarecelui de fiecare dată când animalul apăsa o bară de metal. Surprinzător, în loc să se retragă, Șoarecele cu numărul 34 alerga cu încăpățânare prin toată cușca și apăsa iar și iar pe bară. În loc să se teamă de șocuri așa cum făcuseră mai devreme mulți dintre șoareci, acesta le vâna. Cercetătorii au stat și-au urmărit Șoarecele 34 care a apăsat bara de mai bine de 7 000 de ori în decurs de 12 ore: o dată la fiecare cinci secunde, fără pauză. Asemenea unui participant la maraton care aleargă ca hipnotizat și refuză să se oprească chiar și pentru un baton energizant, și soarecele ignora bolul cu apă și tăvița cu granule. Din păcate, el nu avea ochi decât pentru bară. La 12 ore după începerea experimentului, Șoarecele 34 a murit de epuizare.

La început Olds și Milner au fost cam nedumeriți. Dacă fiecare dintre ceilalți șobolani evitase șocurile, de ce Șoarecele 34 ar fi procedat pe dos? Poate că era ceva în neregulă cu creierul lui. Milner era pregătit să facă experimentul cu un alt șobolan când Olds a făcut o sugestie îndrăzneață. Cândva Olds se târâse de colo-colo pentru a-și imagina viața ca o musculiță de oțet, iar acum și-a încercat norocul pentru a citi gândurile unui șobolan. Analizând atent comportamentul Șoarecelui 34, el a ajuns să fie convins că șobolanul *se bucura* de șocuri. Nu era vorba că ar fi căutat durerea, ci mai degrabă că șocurile îi provocau o senzație plăcută. „Geniul lui Jim Olds era legat de faptul că avea mintea suficient de deschisă și era suficient de nebun ca să creadă că animalului îi *plăcea* să i se administreze șocuri", a spus Aston-Jones. „La moment respectiv, nimeni nu își închipuia că stimularea electrică la nivelul creierului ar putea fi plăcută, dar Olds era suficient de nebun încât să creadă că animalul se simțea bine."

Așa că Olds a investigat. A scos sonda din creierul șobolanului și a observat că era îndoită. „Olds țintise zona mediană a creierului, dar sonda se îndoise și intrase în zona septum a creierului șobolanului", spune Aston-Jones. O greșeală milimetrică făcuse diferența dintre încântare și disconfort. Olds a decis să numească această zonă a creierului „centrul plăcerii", un nume simplist care totuși surprinde euforia pe care șobolanii – și câinii, caprele, maimuțele, ba chiar și oamenii – o resimt atunci când este stimulată zona. Câțiva ani mai târziu, când specialistul în neuroștiințe Robert Heath a inserat un electrod în centrul plăcerii unei femei deprimate, ea a început să chicotească. El a întrebat-o de ce râdea și, deși nu a putut să dea o explicație, i-a spus că era prima dată când se simțea fericită. Imediat ce Heath a scos sonda a dispărut și zâmbetul pacientei. Era deprimată din nou – ba, mai rău, acum știa cum e să te simți fericit. Și-a dorit mai mult ca orice altceva ca electrodul să rămână implantat și să genereze șocuri regulate, ca un mic pacemaker al plăcerii. La fel cum făcuseră și Olds și Milner înaintea sa, Heath arătase cât de ușor poate provoca dependență euforia.

După moartea Șoarecelui 34, Olds și Milner au surprins același comportament dependent atunci când au stimulat centrul plăcerii altor șobolani. Și acei șobolani au ignorat apa și mâncarea în timp ce apăsau iar și iar mica bară. Aryeh Routtenberg a lucrat la unele dintre aceste experimente ulterioare și își amintește că acei cobai se comportau ca dependenții. Cei care apăsau pe bară nu erau cu nimic diferiți de cei cărora li se injectaseră direct în creier substanțe care dau dependență. „Am dat animalelor tot fel de droguri care provoacă stări de bine – amfetamine, cloropromazină, inhibitori

de monoaminaoxidază – și s-au comportat exact ca șoarecii care se stimulau singuri." Routtenberg își amintește de un experiment care a demonstrat puterea centrului plăcerii:

> Un aspect simpatic al statutului de profesor este că poți studia orice vrei. Eu am vrut să văd ce s-ar întâmpla dacă aș îmbăta animalele care apăsau pe bară. Am injectat trei șoareci cu echivalentul alcoolic aferent unei porții de trei pahare de martini și ei au căzut pur și simplu. I-am ridicat – la fel cum ai târâi un bețiv dintr-un bar – și i-am condus spre mica bară de metal. I-am așezat în așa fel încât capetele să li se atingă de bară, ceea ce genera șocul către creierele lor. Nu a trecut mult până când acești șobolani au început să apese iar și iar pe bară. Erau inerți în urmă cu doar un minut, dar acum păreau a fi în stare perfect normală! După zece sau cincisprezece minute am dezactivat șocurile, iar șoarecii au revenit la starea lor anterioară.

Acesta nu a fost singurul motiv pentru care cercetătorii au privit cobaii ca pe niște mici dependenți. Ei manifestau aceeași agitație pe care o manifestă și oamenii dependenți între doze. Atunci când cercetătorii i-au împiedicat pe șoareci să își administreze șocuri mai des decât o dată la fiecare câteva minute, șobolanii începeau să bea multă apă pentru a face timpul să treacă mai repede. „Imediat ce recompensa înceta să mai vină, începeau să bea ca nebunii", își amintește Routtenberg. „Veneam să îi privesc între sesiunile de experimente și ei pur și simplu stăteau acolo, complet umflați! Era ca și cum făceau ceva – orice – pentru ca timpul să treacă mai repede. Recompensa era atât de mare încât aveau nevoie să găsească o modalitate să-și petreacă timpul până când era disponibilă următoarea recompensă."

S-a aflat despre aceste experimente și cercetătorii au început să audă niște zvonuri. „Am auzit că armata antrena capre",

își amintește Bob Wurtz. „Le îndrumau pe capre să le ducă muniție soldaților sau chiar să ducă bombe la inamic." Soldații puteau încuraja caprele să meargă într-o anumită direcție prin administrarea de șocuri sau prin întârziere a șocurilor asupra centrului plăcerii. Cercetarea a influențat felul în care experți ca Wurtz, Aston-Jones și Routtenberg înțelegeau dependența. La început Olds și Milner credeau că Șoarecele 34 era predispus la dependență. Au presupus că o problemă internă îl făcuse să pună stimularea electrică mai presus de orice altceva – inclusiv hrană, apă și în cele din urmă viața. Dar la insistențele lui Olds și-au dat seama că nu era nimic în neregulă cu Șoarecele 34. Nu era dependent prin simpla sa natură. Fusese doar un șobolan ghinionist care s-a întâmplat să fie în locul nepotrivit la momentul nepotrivit.

Aceasta este una dintre lecțiile importante care decurg din experimentul lui Olds și Milner. Șoarecele 34 se comporta ca un dependent incurabil, dar asta nu însemna că era ceva în neregulă cu creierul său. La fel ca soldații din Vietnam, acesta a fost o victimă a circumstanțelor. Pur și simplu reacționa la fel cum ar fi făcut orice alt șoarece, dacă i-ar fi stimulat centrul plăcerii.

Routtenberg s-a întrebat dacă asta nu ar putea să ne spună ceva și despre dependența la oameni. Poate că oricine ar putea să decadă până la autodistrugere, ca Șoarecele 34. „Am început să ne gândim la dependență ca la o formă de învățare. Vă puteți gândi la dependență ca făcând parte din memorie", spune Routtenberg. Dependenții pur și simplu învățaseră să asocieze un anumit comportament cu un rezultat atrăgător. Pentru Șoarecele 34 acesta fusese stimularea centrului plăcerii; pentru

un dependent de heroină este valul de plăcere produs de o nouă doză.

Pentru a măsura legătura dintre dependență și memorie, Routtenberg a mers la un magazin local care vindea animale de companie și a cumpărat o maimuță-veveriță numită Cleopatra. Comisiile de etică nu erau la fel de stricte ca acum. „Aveam propriul meu laborator, așa că puteam face orice îmi doream. Am operat-o și i-am montat electrozi în centrul de recompense al creierului ei. Așa ceva nu se mai făcuse până atunci cu o maimuță." Routtenberg a pus-o pe Cleopatra într-o cușcă, în fața a două bare de metal. Prima trimitea un curent electric spre centrul plăcerii, iar a doua elibera o porție proaspătă de mâncare. La început Cleopatra apăsa pe cele două bare în mod aleatoriu, dar foarte curând a început să se comporte ca Șoarecele 34, ignorând bara care oferea mâncare și apăsând iar și iar pe cea care genera șocul electric. Olds a văzut ce făcuse Routtenberg și a fost încântat. „A venit în laborator cu un prieten, care era un important cercetător la Johns Hopkins, și i-a arătat ce făcea Cleopatra", spune Routtenberg. „A fost una dintre zilele în care m-am simțit cel mai mândru în viața asta." Mai târziu, Routtenberg a scos-o pe Cleopatra din cușcă timp de ore sau chiar zile întregi. În afara cuștii se dezintoxica, devenind aceeași maimuță sănătoasă care fusese atunci când ajunsese prima dată în laborator. Dar imediat ce Routtenberg o punea înapoi în cușcă, începea să apese bara din nou cu frenezie. Așa cum presupusese Routtenberg, dependența Cleopatrei își pusese puternic amprenta asupra memoriei sale pe termen lung.

Răspunsul la dilema lui Lee Robins se găsea în laboratorul lui Jim Olds. Motivul pentru care veteranii întorși din Vietnam

scăpau de dependența de heroină era faptul că aceștia scăpaseră de circumstanțele care îi făcuseră captivi. Așa s-a întâmplat cu Cleopatra, maimuța lui Routtenberg, care era pe deplin dependentă cât era în cușcă. Apăsa la nesfârșit bara de metal care îi producea șocuri la nivelul centrului plăcerii. Își ignora mâncarea și apa. Această cușcă era pentru Cleopatra ce fusese Vietnamul pentru soldații plictisiți care dăduseră de gustul heroinei. Cleopatra fusese sănătoasă până când să ajungă în laborator. Atunci când Routtenberg a scos-o în cele din urmă din cușcă a devenit din nou sănătoasă. Dar atunci când era în cușcă, dependența se întorcea răzbunătoare.

Cleopatra se întorcea în cușca ei, dar puțini soldați s-au întors vreodată în Vietnam. Aceștia veneau acasă la o viață complet diferită. Nu era nici urmă de junglă; de veri toride ca în Saigon; de zgomot de arme sau de zumzet de elice de elicopter. În schimb, mergeau la cumpărături, se întorceau la serviciu, îndurau monotonia zonelor suburbane și se bucurau de plăcerea meselor gătite acasă. Atât Cleopatra, cât și soldații au demonstrat că Routtenberg avusese dreptate: dependența lasă urme asupra memoriei. Pentru Cleopatra, cușca era stimulul declanșator. O ducea înapoi în timp, la vremurile în care fusese dependentă și nu putea să se abțină de la vechile obiceiuri. Veteranii norocoși din Vietnam nu s-au confruntat niciodată cu acele amintiri, pentru că, odată ce au plecat din Vietnam, au scăpat de stimulii care se asociaseră cu acțiunea de a se droga.

Acesta este motivul pentru care cei mai mulți dintre consumatorii de heroină au dificultăți în a sta departe de drog. Asemenea Cleopatrei, aceștia se întorc la locul crimei iar și iar. Se întâlnesc cu prieteni care le amintesc de vremurile în care erau dependenți; locuiesc în aceleași case; se plimbă prin aceleași cartiere. Nimic nu se schimbă odată ce nu mai

consumă, cu excepția faptului că, în loc să cedeze în fața dependenței, i se opun în fiecare zi. De aceea tentația este atât de mare. Ce altceva ar putea să facă atunci când fiecare imagine, miros și sunet reaprind amintirea momentului de grație de după administrarea unei doze?

Isaac Vaisberg, un fost dependent de jocuri, cunoaște pericolele aferente întoarcerii la locul crimei.[46] Nimic nu îl recomandă pe Isaac drept candidat firesc pentru dependență. S-a născut în Venezuela în 1992 într-o familie cu o mamă care îl sprijină în tot ceea ce face și un tată care, deși muncește prea mult, este grijuliu. Pe când era copil, părinții lui Isaac au divorțat, iar el s-a mutat în Miami cu mama lui. Tatăl său a rămas în Venezuela, dar cei doi vorbeau frecvent și Isaac îl vizita în timpul vacanțelor. Notele lui erau mari, rareori mai mici de 10. La sfârșitul primului an de liceu a obținut un punctaj de 2 200 la testele SAT, maximul posibil fiind 2 400, ceea ce îl includea în cei mai buni 1% dintre toți elevii din Statele Unite. A fost admis la Academia Worcester, una dintre cele mai râvnite școli cu internat, nu foarte departe de Boston, iar mai târziu a fost admis la Universitatea Americană din Washington, D.C. Isaac nu era doar foarte bun la învățătură – era și un sportiv foarte bun. Worcester îi oferise o bursă pentru fotbal american și a ajuns acolo într-o formă fizică foarte bună, pregătit să joace ca fundaș.

Din păcate, aceasta este doar jumătate din poveste. Isaac se simțea singur. „Părinții mei au divorțat pe când eram foarte mic și am ajuns să mă tot fâțâi între Statele Unite și Venezuela. Din această cauză eram foarte bun la stabilirea de noi relații, dar nu prea bun la relațiile profunde." În schimb, el și-a făcut prieteni în mediul online.

Pe când avea 14 ani, Isaac a început să joace World of Warcraft. WoW creează dependență din mai multe motive, dar pentru Isaac dimensiunea socială a jocului a fost irezistibilă. La fel ca mulți dintre jucători, a intrat într-un clan, un mic grup de jucători care împart între ei resursele și vorbesc cu regularitate pe canale de chat speciale. Tovarășii de clan i-au devenit cei mai apropiați prieteni, iar legătura dintre ei a ajuns în cele din urmă să țină locul relațiilor profunde care îi lipseau în lumea offline.

Prima perioadă de exces periculos a început pentru Isaac în timpul penultimului an la liceu. „Mă apucasem și mă lăsasem de World of Warcraft de multe ori, dar de această dată devenise unicul mijloc prin care socializam și prin care mă deconectam. Îmi luam o mică doză de dopamină în fiecare noapte și asta mă ajuta să trec peste ce mă neliniștea." Nu mai dormea, a început să ia note mici și i se făcea rău fizic atunci când mama lui insista să meargă la școală. „O luam razna și făceam atacuri de panică. Dimineața, când intram în mașină, mi se făcea greață. În secunda în care aflam că nu trebuia să mă duc la școală aceste simptome dispăreau." În cele din urmă Isaac s-a recuperat după acest prim exces și până la finalul acelui an școlar se descurca atât de bine încât a trecut cu brio testele SAT.

Cea de-a doua perioadă de exces a debutat la câteva luni după ce intrase la Academia Worcester. Lăsat în camera sa de cămin fără supraveghere, s-a întors la vechiul clan din joc și a reactivat prieteniile online pe care le stabilise în anul anterior. În scurt timp a devenit din nou o obsesie. „Când am ajuns la Academia Worcester aveam cam 88 de kilograme. Eram în formă și jucam fotbal. Până la sfârșitul primului semestru cântăream aproximativ 106 kilograme. Mi-a căzut mult păr de pe cap, am renunțat la echipa de fotbal și aveam doar note

mediocre, de trecere." Totuși Isaac a rezistat. A reușit să termine ultimul an de liceu și să fie admis la Universitatea Americană. În acest moment el încă mai credea că excesele sale fuseseră întâmplări. Nu era îngrijorat că dependența s-ar putea să îl ajungă din urmă la facultate.

Primul semestru la universitate a fost un succes – a terminat cu note maxime și s-a menținut în formă și sănătos. Totuși în al doilea semestru a început să fie stresat. A hotărât să „joace doar un pic" de WoW pentru a se deconecta, iar în cele din urmă a ajuns să nu promoveze cursurile celui de-al doilea semestru. Notele lui Isaac erau variații extreme de maxime și minime, iar mama lui ajunsese atât de îngrijorată încât i-a făcut o vizită neanunțată și i-a adus o broșură despre centrul de recuperare a dependenților reSTART, situat în imediata apropiere a orașului Seattle. El a fost de acord să se interneze, dar numai după ce își accesa contul de WoW pentru a-i anunța pe tovarășii săi de clan că urma să fie offline o vreme.

reSTART este primul centru de tratament din lume specializat pe dependența de jocuri și internet. Fondatorii săi și-au dat seama că folosirea internetului este diferită de dependența de substanțe, pentru că este aproape imposibil să te întorci în societate fără să mai folosești internetul. Poți să îți păstrezi o slujbă, să îți plătești facturile și să comunici fără să iei droguri sau să bei alcool, dar nu poți fără să folosești internetul. Inspirat de abordarea ecologistă, centrul își propune mai degrabă să îi învețe pe pacienți cum să folosească „sustenabil" internetul, în loc să îi încurajeze să îl evite complet.

Isaac și-a început entuziast programul de șase săptămâni, și-a făcut prieteni, a pictat, s-a cățărat pe potecile spectaculoase din jurul centrului și și-a recăpătat forța la sală. A format legături strânse cu unii dintre mentori, care i-au spus că WoW îi oferise iluzia de control asupra vieții sale. În afara jocului,

viața lui continua să se prăbușească, dar asta părea să conteze din ce în ce mai puțin pe măsură ce îndeplinea misiune după misiune în WoW. În ciuda faptului că făcea progrese semnificative, uneori se simțea frustrat. Deși reSTART îl ajutase, Isaac se gândea la perioada pe care o petrecuse acolo ca fiind un obstacol care îl deturnase de la absolvirea facultății și de la a merge mai departe, spre o etapă mai sănătoasă, autonomă, a vieții sale. Nu putea fi cu adevărat „mai bine" până când nu se acomoda din nou cu lumea reală. Deși a ajuns într-atât de departe încât să își cumpere online un bilet de avion spre D.C., în cele din urmă a rămas acolo pentru întreaga perioadă de șase săptămâni.

Apoi Isaac a făcut cea mai mare greșeală a sa. „Am trecut țanțoș prin restul programului și eram ceva mai încrezător în ceea ce făceam. Dar când a venit vremea să îmi prezint planul echilibrat de viață de la finalul programului, singurul aspect pe care l-a criticat toată lumea a fost decizia de a mă întoarce în D.C." Isaac descrie situația folosind limbajul la care v-ați aștepta din partea unui veteran al jocurilor: „Pur și simplu simțeam că nu puteam să las ceva necucerit. Nu puteam să plec de la Universitatea Americană fără să-mi iau diploma – pur și simplu nu putea să rămână așa. În ciuda recomandărilor medicale, am hotărât să mă întorc în Est."

Experiența lui Isaac este diferită de viețile veteranilor din Vietnam ai lui Lee Robins. În loc să scape pentru totdeauna de contextul dependenței sale, Isaac s-a întors la D.C. Timp de două sau trei luni totul a fost bine. S-a angajat, a început să dea meditații la matematică și câștiga bani frumoși, iar consilierul care îl monitoriza l-a primit înapoi la Universitatea Americană. Lucrurile arătau promițător – până când nu au mai arătat așa.

Isaac mi-a spus că cel mai periculos moment pentru un dependent este primul moment în care lucrurile merg atât de

bine încât crezi că ai depășit pentru totdeauna dependența. „Ești convins că te-ai vindecat, așa că te poți întoarce la ce făceai înainte. Mi-am lăsat garda jos și un amic mi-a trimis un mesaj în care îmi spunea: «Hei, vrei să joci puțin cu noi?» și am zis: «Hei, sigur!»."

Asta se întâmpla joi, pe 21 februarie 2013. Isaac este sigur în privința datei, pentru că l-a marcat pentru totdeauna. Două zile mai târziu trebuia să aibă meditații cu un puști care se pregătea pentru un examen la algebră, dar nu a ajuns la ședința programată. Nici luni nu s-a dus la cursuri și apoi a stat singur cinci săptămâni în apartamentul lui. Nu a ieșit nici măcar o dată și nici nu a făcut duș. Pentru un mic bacșiș, portarul îi aducea în cameră mâncarea pe care o comandase prin telefon. Apartamentul lui a început să miroasă urât și turnuri de vase goale se ridicau în jurul biroului său. Juca 20 de ore pe zi și se prăbușea, inert, pentru câteva ore de somn înainte să se întoarcă la joc când se trezea. A terminat cu succes misiune după misiune, a vorbit zile la rând cu cei din clan și a pierdut contactul cu lumea exterioară. Cinci săptămâni au trecut rapid. A avut 142 de apeluri pierdute (un alt număr despre care spune că nu îl poate uita), dar, dintr-un motiv care nu-i este clar nici acum, a hotărât să răspundă la cel de-al 143-lea apel. Era mama lui, care i-a spus că vine în vizită două zile mai târziu.

După un ultim exces a hotărât să facă curățenie în apartament și să facă un duș. Acesta a fost „cel mai de jos moment" al său. Era dezgustat de ce vedea în oglindă. Pusese 27 de kilograme de grăsime pură, părul îi era slinos și hainele de-a dreptul jegoase. Mi-a descris o închipuire recurentă care, chiar și după 18 luni, încă aproape îl făcea să plângă:

> În copilărie tata nu avea mulți bani. A pus bazele unei afaceri și pleca la muncă la cinci dimineața și se întorcea acasă în jură de nouă

seara. Era foarte fericit când ajungea acasă. Mă îmbrățișa tare, își punea un păhărel de scotch, se ducea la scaunul lui de lângă fereastră și îl deschidea ca să se poată bucura de briză. Și făcea toate astea la fel, în fiecare zi. Aveam în minte imaginea lui intrând în apartamentul meu, luându-și un mic pahar de scotch, ducându-se la scaunul lui și plângând.

Nu îl văzusem niciodată pe tatăl meu plângând. Întotdeauna își ținuse capul sus și întotdeauna fusese puternic. Și mi l-am închipuit plângând în scaunul lui, întrebându-se unde a greșit cu mine. Doare chiar și când vorbesc despre asta. Era această durere arzătoare din inima mea, cum că el s-ar fi simțit așa din cauza eșecului *meu*.

Isaac și-a scos mama la cină, iar acolo s-a pierdut cu firea și i-a spus că recidivase. I-a spus că trebuia să mai încerce o dată programul reSTART, dar de această dată cu o altă atitudine. Nu se va mai întoarce la D.C. și, după ce s-a terminat programul de șase săptămâni din centru, urma să se înscrie într-un program de șapte luni de monitorizare în afara centrului.

Isaac s-a ținut de cuvânt. A îmbrățișat programul din centru și s-a simțit mai liniștit la gândul că programul de monitorizare ulterior îi va oferi mai mult sprijin, pe măsură ce se va obișnui să trăiască și să muncească în afara centrului. Acest al doilea program a însemnat totul. Asemenea altor pacienți înrolați în regimul fără internare, Isaac își petrecea între 20 și 30 de ore pe săptămână în centru săptămânal și în același timp avea și un serviciu cu jumătate de normă. Locuia alături de câțiva dintre pacienții care fuseseră internați, fiecare sprijinindu-l pe celălalt și asigurându-se cu conștiinciozitate că nu îi recidiva colegul de cameră.

Isaac s-a hotărât să rămână în zona Seattle, în apropiere de reSTART. Vizitează adesea centrul, dar acum își petrece cea mai mare parte a timpului ocupându-se de sala lui de fitness.

În aprilie 2015 a cumpărat sala de la foștii proprietari și după numai patru luni sub conducerea sa numărul abonaților s-a triplat. Sala îi oferă o modalitate sănătoasă prin care să își satisfacă nevoile psihologice: are destui prieteni, se menține activ și sănătos și își stabilește obiective de business care îl mențin motivat.

Isaac Vaisberg, la fel ca Robins, Milner, Olds și elevii lor, au predat lumii o lecție profundă despre dependență și victimele ei: dependența înseamnă mult mai mult decât o personalitate dependentă. Dependenții nu sunt pur și simplu specimene mai slabe decât non-dependenții: nu sunt defecți din punct de vedere moral, în timp ce non-dependenții sunt plini de virtuți. În schimb, mulți dintre ei, dacă nu majoritatea, sunt ghinioniști. Localizarea nu este singurul factor care influențează probabilitatea de a deveni dependent, dar are un rol mult mai important decât credeau cândva oamenii de știință. Genetica și biologia contează și ele, dar le-am conștientizat rolul de câteva decenii deja. Ceea ce este nou, și care a ieșit la iveală în anii 1960 și 1970, este că dependența este o problemă legată și de mediu. Chiar și cei mai robuști dintre noi – tinerii soldați americani care nu erau dependenți în momentul în care au plecat spre Vietnam – sunt vulnerabili la slăbiciuni atunci când se trezesc în contextul nepotrivit. Și inclusiv cei mai hotărâți dintre dependenții aflați în recuperare vor avea recăderi atunci când vizitează iar oamenii și locurile care le reamintesc de drog.

Experții care credeau cândva că dependența era rezervată unei minorități blestemate s-au făcut de râs odată cu trecerea timpului, pentru că, la fel ca Isaac Vaisberg, zeci de milioane de oameni din lumea dezvoltată a zilelor noastre manifestă

una sau mai multe dependențe de tip comportamental. Conceptul în sine le era străin lui Olds și lui Milner în anii 1950 și lui Robins în anii 1970. Oamenii erau dependenți de substanțe – nu de obiceiuri comportamentale. Răsplata pe care o primeau strict din partea obiceiurilor nu s-ar fi putut ridica vreodată la intensitatea euforică a heroinei injectate. Dar, la fel cum drogurile au devenit mai puternice de-a lungul timpului, așa s-a întâmplat și cu intensitatea recompensei oferite de obiceiuri. Creatorii de produse sunt mai inteligenți ca niciodată. Aceștia știu cum să ne provoace și cum să ne încurajeze să le folosim produsele nu doar o singură dată, ci iar și iar. Locurile de muncă ne momesc cu stimulente care întotdeauna par puțin mai departe decât se poate ajunge. Următoarea promovare se apropie cât de curând; următorul bonus pentru vânzări e la încă o vânzare distanță.

Cât despre Șoarecele 34, care tot apăsa bara din cușca lui, creierii noștri adăpostesc o bogăție de activități electrice atunci când desfășurăm un comportament de tip dependent. Decenii întregi cercetătorii au crezut că aceasta era sursa dependenței: imită tiparele cerebrale potrivite și vei crea un dependent. Dar biologia dependenței este cu mult mai complicată decât pur și simplu stimularea unui grup de neuroni. Dependența, așa cum a fost pentru Isaac Vaisberg, pentru veteranii întorși din Vietnam și pentru Șoarecele 34 este o chestiune de învățare că stimulul generator de dependență – un joc, un loc asociat cu heroina sau o mică bară de metal – vindecă singurătatea, nemulțumirile și suferința.

3 | Biologia dependenței comportamentale

Există o maladie a vremurilor moderne care afectează două treimi din întreaga populație adultă.[47] Printre simptome se numără: boli de inimă, afecțiuni pulmonare, boli renale, lipsa apetitului, slab control asupra greutății corporale, funcționarea precară a sistemului imunitar, rezistență scăzută față de boală, sensibilitate mai mare la durere, timpi de reacție mai lenți, dispoziție schimbătoare, funcționare mai înceată a creierului, depresie, obezitate, diabet și anumite forme de cancer.

Această maladie este privarea de somn cronică, afecțiune în creștere în epoca smartphone-urilor, a cărților electronice și a altor dispozitive care emit lumină. Privarea de somn este partenerul dependenței comportamentale – consecința implicării excesive în mod consecvent. Este o problemă globală care a atras destulă atenție de curând, inclusiv pe cea a antreprenoarei și autoarei Arianna Huffington. La Forumul Economic Mondial din Davos, în 2016, Huffington a vorbit despre următoarea sa carte despre somn, intitulată *The Sleep Revolution*:

> Am primit un e-mail în urmă cu două ore de la organizația oficială din Davos și era un studiu despre somn făcut la nivel mondial. Arăta că oamenii petrec mai mult timp cu dispozitivele lor digitale decât dorm... Cred că este foarte interesant să ne uităm la relația dintre tehnologie și grija pe care o avem față de noi înșine. Pentru că suntem cu toții în mod evident dependenți de tehnologie. Așadar, cum putem să o punem la locul ei? Și nu pe noptieră. Aceasta este cheia – nu vă încărcați telefoanele lângă pat.

Huffington a fost înțeleaptă să se concentreze pe încărcarea telefoanelor mobile inteligente. O pondere de 95% dintre adulți folosesc un dispozitiv electronic care emite lumină în interval de o oră înainte de a merge la culcare și mai mult de jumătate își verifică e-mailurile în timpul nopții. Pentru segmentul de vârstă cuprins între 18 și 64 de ani, 66% dintre adulți își țin telefoanele lângă ei atunci când dorm, ceea ce ar putea explica de ce 50% dintre adulți susțin că nu dorm bine pentru că sunt mereu conectați la tehnologie. Calitatea somnului a scăzut semnificativ în ultima jumătate de secol, în mod special în ultimele două decenii, iar unul dintre principalii vinovați este lumina albăstruie emanată de multe dintre aceste dispozitive electronice.

Milenii întregi lumina albastră nu a existat decât în timpul zilei. Lumânările și focul făcut cu lemne produc o lumină roșiatic-gălbuie și nu exista lumină artificială pe timpul nopții. Lumina focului nu este o problemă, deoarece creierul interpretează lumina roșie ca pe un semnal asociat orei de culcare. Cu lumina albastră lucrurile stau altfel, pentru că semnalizează dimineața. Așadar, 95% dintre noi ne inducem un fel de diferență de fus orar în timpul nopții prin faptul că le spunem corpurilor noastre că ziua începe chiar înainte să mergem la culcare.

În mod normal, glanda pineală îngropată adânc în creierul nostru produce în timpul nopții un hormon numit melatonină. Melatonina provoacă somnolență, motiv pentru care oamenii care suferă din cauza diferențelor de fus orar iau suplimente de melatonină înainte de culcare. Atunci când lumina albastră ajunge la receptorii din ochi, glanda pineală sistează producția de melatonină și corpul începe să se pregătească pentru zi. În 2013, un grup de oameni de știință a măsurat cât de multă melatonină produceau niște voluntari în vârstă de 13 ani după

ce foloseau un iPad la ore târzii ale nopții. Atunci când acei voluntari purtau ochelari portocalii – pentru a simula lumina de seară – produceau destulă melatonină, ceea ce le pregătea corpurile pentru culcare. Atunci când purtau ochelari albaștri (și într-o anumită măsură când foloseau iPad-urile fără ochelari), corpurile lor produceau semnificativ mai puțină melatonină. Cercetătorii le-au solicitat insistent „producătorilor să conceapă dispozitive economice care să țină cont de ciclul de somn", cu lumini de fundal care deveneau treptat mai portocalii spre noapte. Un al doilea studiu, de această dată efectuat fără ochelari, a dezvăluit același efect: oamenii produc mai puțină melatonină, dorm mai prost și se simt mai obosiți atunci când folosesc un iPad înainte de culcare. Pe termen lung, compulsiunile noastre tehnologice ne deteriorează starea de sănătate.

Oricât de mult ne tulbură lumina albastră calitatea somnului, răul și mai mare pe care îl produce dependența comportamentală se petrece în timp ce suntem pe deplin treji, făcând obsesiv jonglerii cu laptopuri și tablete, ceasuri care ne monitorizează activitatea fizică și smartphone-uri.

Creierul uman are șabloane de activitate diferite pentru experiențe diferite.[48] Un grup de neuroni se activează atunci când te gândești la chipul mamei; un alt grup de neuroni atunci când te gândești la casa în care ai crescut. Aceste șabloane sunt difuze, dar atunci când te uiți la activitatea cerebrală a unui individ poți să îți dai seama, în mare, dacă se gândește la mamă sau la casa natală.

De asemenea există și un șablon care descrie activitatea cerebrală a unui dependent de droguri pe măsură ce își injectează heroină și un altul care descrie ce se întâmplă în creierul

unui dependent de jocuri în timp ce pornește într-o nouă misiune în World of Warcraft.[49] Se pare că cele două sunt aproape identice. Heroina acționează mai direct, provocând o reacție mai puternică decât jocul, dar șabloanele de neuroni care se activează la nivelul creierului sunt aproape identice. „Drogurile și comportamentele care dau dependență activează același centru al recompenselor din creier", spune Claire Gillan, o specialistă în neuroștiințe care studiază comportamentele obsesive și repetitive. „Câtă vreme un comportament determină apariția sentimentului de satisfacție – dacă a fost asociat în trecut cu rezultate pline de satisfacție –, creierul îl va aborda în același fel ca pe un drog." Ce face ca droguri precum heroina și cocaina să fie mai periculoase pe termen scurt este că acestea stimulează centrul de recompense mult mai puternic decât o fac comportamentele. „Cocaina are efecte mai directe asupra neurotransmițătorilor din creier decât, de exemplu, pariurile, dar funcționează după același mecanism, la nivelul acelorași sisteme. Diferența este dată de amploare și intensitate."

Această idee este destul de nouă. Decenii la rând specialiștii în neuroștiințe au crezut că numai drogurile și alcoolul ar putea stimula dependența, în timp ce față de comportamente oamenii reacționau diferit. Comportamentele s-ar putea să fie plăcute, sugerau aceștia, dar acea plăcere nu ar putea vreodată să se ridice la nivelul de necesitate distructivă asociat consumului de droguri și alcool. Însă cercetări mai recente au demonstrat că și obiceiurile care creează dependență generează aceleași reacții la nivel cerebral care se înregistrează după consumul de droguri. În ambele cazuri câteva regiuni situate în interiorul creierului eliberează o substanță chimică numită dopamină, care se lipește de receptori răspândiți peste tot în creier și care, la rândul lor, produc un val intens de

plăcere. În cea mai mare parte a timpului creierul eliberează doar o doză mică de dopamină, dar anumite substanțe și experiențe care dau dependență stimulează excesiv producția de dopamină. Atunci când îți încălzești mâinile la un foc făcut din lemne, într-o noapte friguroasă, sau când bei puțină apă însetat fiind, ai o senzație plăcută, dar acea senzație este semnificativ mai intensă pentru un dependent atunci când își injectează heroină sau, într-o măsură mai mică, atunci când începe o nouă misiune în World of Warcraft.

La început, pe măsură ce creierul transformă valul de dopamină în plăcere, beneficiile par semnificativ mai mari decât dezavantajele. Dar în curând creierul va interpreta acest flux ca fiind o greșeală, producând din ce în ce mai puțină dopamină. Singura modalitate de a ajunge iar la intensitatea primei doze este amplificarea cantității drogului sau a experienței – să pariezi mai mulți bani, să prizezi mai multă cocaină sau să petreci mai mult timp jucând un joc mai captivant. Pe măsură ce creierul își dezvoltă toleranța, zonele care produc dopamină se restrâng, iar minimele dintre fiecare doză se reduc din ce în ce mai mult. În loc să producă o cantitate sănătoasă de dopamină, cantitate care cândva inspira optimism și mulțumire în raport cu micile plăceri, aceste regiuni rămân inactive până când sunt din nou suprastimulate. Dependențele sunt atât de plăcute, încât creierul face două lucruri: întâi produce mai puțină dopamină pentru a stăvili valul de euforie și apoi, când dispare sursa acelei euforii, se luptă să se descurce cu faptul că acum produce mult mai puțină dopamină decât obișnuia odată. Și așa continuă ciclul, pe măsură ce dependentul tot caută sursa dependenței sale, iar creierul răspunde prin producția din ce în ce mai slabă de dopamină după fiecare doză.

Când eram copil eram îngrozit de droguri. Aveam un coșmar recurent în care cineva mă forța să iau heroină, iar eu deveneam dependent. Știam foarte puține lucruri despre dependență, dar mă imaginam făcând spume la gură într-un centru de tratament sumbru. Pe măsură ce a trecut timpul mi-am dat seama că cei care vindeau droguri nu aveau să-și piardă timpul cu un nevrotic de șapte ani, dar o parte a coșmarului mi-a rămas în cap: ideea că o persoană ar putea să devină dependentă fără voia sa; adică, dacă se întâmpla să intri în contact cu o substanță care dă dependență, vei deveni dependent. Dacă dependența ar fi fost doar o tulburare a creierului, eu, cel de șapte ani, aș fi avut dreptate: inundă creierul cu dopamină și vei crea un dependent. Dar dependența nu funcționează deloc așa. Din moment ce creierul reacționează în esență la fel față de orice eveniment plăcut, atunci trebuie să mai existe un ingredient - altfel vom deveni cu toții extrem de dependenți de înghețată de la vârste fragede. (Imaginați-vă doar șocul de dopamină lansat după ce un pici gustă prima dată o înghețată.)

Ingredientul care lipsește este situația în care se produce fluxul de dopamină. Substanța sau comportamentul în sine nu generează dependență până când nu învățăm să o/îl folosim ca remediu la problemele noastre psihologice. Dacă ești anxios sau deprimat, de exemplu, s-ar putea să descoperi că heroina, mâncarea sau pariurile îți diminuează durerea. Dacă te simți singur, s-ar putea să te lași prins într-un joc video în care să îți construiești noi rețele sociale.

„Avem sisteme pentru cum să creștem copii și să iubim, iar acele sisteme ne presează să insistăm, în ciuda consecințelor negative", explică Maia Szalavitz, o scriitoare care se concentrează pe dependență. „Sistemul care este construit pentru

acest fel de comportament este tiparul pentru dependență. Atunci când sistemul nu se aliniază corespunzător, dezvoltăm dependențe." Fiecare dintre sistemele la care se referă Szalavitz este o colecție de comportamente instinctive de supraviețuire, cum ar fi motivația de a avea grijă de copii sau de a găsi un partener de viață. Aceleași instincte care ne împing să mergem mai departe, în ciuda durerii și a dificultăților, pot să declanșeze și fanatism și comportamente dependente distrugătoare.

Într-un articol, Szalavitz arată că nimeni altcineva nu poate să te transforme într-un dependent.[50] „Pacienții care suferă de dureri nu pot «să fie făcuți dependenți» de către doctorii lor", spune Szalavitz. „Pentru a pune bazele unei dependențe trebuie să luați drogul în mod repetat pentru destinderea emoțională, într-o așa măsură încât să vi se pară că nu puteți trăi fără acesta... se poate întâmpla doar atunci când începeți să luați dozele mai devreme sau când luați doze în plus în momentele în care aveți nevoie să vă confruntați cu alte probleme în afară de durere. Până când creierul nu învață că drogul este esențial pentru stabilitatea voastră emoțională, nu putem vorbi despre o dependență." Dependența nu este doar o reacție fizică; este felul în care reacționați psihologic la acea experiență fizică. Pentru a sublinia ideea, Szalavitz se referă la heroină, drogul cu cel mai mare potențial pentru dependență, ilegal și periculos. „Ca să spun lucrurile pe șleau, dacă eu te răpesc, te leg fedeleș și îți injectez heroină timp de două luni, pot genera o dependență fizică și simptome de sevraj – dar devii cu adevărat dependent doar dacă vei consuma drogul și după ce te eliberez."

„Dependența nu înseamnă să îți «corupi» creierul, să îl «deturnezi» sau să îi «faci rău»", spune Szalavitz. „Oamenii pot să fie dependenți de comportamente și chiar și de experiența dragostei. Dependența are legătură de fapt cu relația dintre persoană și experiență." Nu este suficient să-i

impui cuiva în mod repetat un drog sau un comportament – acea persoană trebuie să și învețe că experiența este un tratament eficient pentru orice o doare la nivel psihologic.

Perioada cu cel mai mare risc pentru dezvoltarea unei dependențe este perioada incipientă a vieții de adult. Foarte puțini oameni se aleg cu dependențe mai târziu, dacă nu au fost dependenți în adolescență. Unul dintre principalele motive este faptul că tinerii adulți sunt bombardați cu o galaxie de responsabilități pentru care nu au instrumentele potrivite să le gestioneze. Învață să caute remedii în substanțe sau în obiceiuri care anesteziază înțepătura stăruitoare a greutăților constante. Până la mijlocul perioadei cuprinse între 20 și 30 de ani cei mai mulți oameni găsesc mecanismele necesare pentru a face față situațiilor și rețelele sociale care le-au lipsit în adolescență. „Dacă nu iei droguri în adolescență, atunci e probabil să înveți să îți rezolvi problemele și prin alte metode", spunea Szalavitz. Așa că îți dezvolți o anumită rezistență până când ieși din adolescență.

Cel mai surprinzător lucru pe care mi l-a spus Szalavitz a fost că dependența e un fel de dragoste prost direcționată. Este dragostea pentru o obsesie, dar fără sprijin emoțional. Ideea s-ar putea să sune pompos, dar are justificare științifică.

În 2005, antropologul Helen Fisher și colegii ei au scanat creierele unor îndrăgostiți. Ea și-a descris descoperirile într-un articol cu titlul „Dragostea este precum cocaina":

> Îmi venea să sar până la cer. În fața ochilor mei erau scanări care arătau petice de activitate în zona tegmentală ventrală (sau VTA*),

---

* Acronim pentru *Ventral Tegmental Area* (n.t.).

o fabricuță măruntă în apropiere de baza creierului care produce dopamină și care trimite acest stimulent natural spre numeroase regiuni ale creierului... Această fabrică face parte din sistemul de recompense al creierului, adică rețeaua cerebrală care generează dorința, căutarea, poftele, energia, concentrarea și motivația. Nu e de mirare că îndrăgostiții pot să rămână treji întreaga noapte vorbind și mângâindu-se. Nu e de mirare că devin atât de absenți, atât de amețiți, atât de optimiști, atât de deschiși, atât de plini de viață. Ei se află sub influența „metamfetaminei" naturale... Mai mult, atunci când colegii mei au repetat acest experiment de scanare a creierului în China, și participanții chinezi au demonstrat la fel de multă activitate în zona VTA și pe alte căi pe care circulă dopamina – căile neuro-chimice ale dorinței. Aproape toți oamenii de pe Pământ simt această pasiune.[51]

În anii 1970, psihologul Stanton Peele a publicat *Love and Addiction*, în care explica faptul că atașamentul foarte sănătos pe care îl simțim față de oamenii pe care îi iubim poate fi și distructiv.[52] Același atașament poate fi direcționat și spre o sticlă de vodcă, o seringă cu heroină sau o seară la cazinou. Sunt impostori, pentru că alină disconfortul psihologic la fel cum sprijinul social face ca greutățile să pară mai ușoare – dar curând înlocuiesc plăcerea pe termen scurt cu durere de durată. Capacitatea de a iubi s-a născut din milenii de evoluție. Asta îi face pe oameni să aibă structura necesară pentru a-și crește urmașii și pentru a-și transmite genele generației următoare – dar în același timp îi face susceptibili la dependență.

Caracterul distructiv este o parte esențială a dependenței. Există numeroase căi prin care se poate defini dependența, dar cele mai generale definiții merg prea departe, pentru că includ și acțiuni care sunt sănătoase sau esențiale pentru supraviețuire. Într-un editorial din 1990 scris pentru *British Journal of Addiction*, psihiatrul Isaac Marks susținea că „viața

este o serie de dependențe și fără ele murim".[53] Marks și-a intitulat articolul „Dependențe comportamentale (non-chimice)"*, și avea un motiv bun să fie provocator. Obiceiurile care dau dependență (sau dependențele comportamentale) erau relativ noi pentru domeniul psihiatriei:

> La fiecare câteva secunde inspirăm aer. Dacă suntem privați de acesta, ne chinuim să respirăm după câteva secunde și simțim o imensă ușurare atunci când reușim. Privarea mai îndelungată duce la creșterea tensiunii, simptome grave de sevraj prin asfixiere și în câteva minute provoacă moartea. Raportat la un interval de timp mai mare, mâncatul, băutul, eliminarea fecalelor, micțiunea și sexul presupun și acestea dorințe progresive de a îndeplini o acțiune; acțiunea stinge dorința, cea din urmă revenind după ore sau zile.

Marks avea dreptate: respirația părea să oglindească proprietățile altor tipuri de comportamente adictive. Dar conceptul de dependență nu este interesant sau util dacă descrie fiecare activitate care joacă un rol în supraviețuirea noastră. Nu este logic să spunem despre un pacient bolnav de cancer că este dependent pentru că are nevoie de chimioterapie. Dependențele ar trebui măcar să nu schimbe probabilitatea ca noi să supraviețuim; imediat ce oglindesc proprietățile unor acțiuni vitale ca respiratul, mâncatul și medicamentele folosite în chimioterapie nu mai vorbim despre „dependențe".

Stanton Peele a făcut legătura dintre dragoste și dependență în anii 1970, susținând că dragostea ducea la dependență atunci când nu era bine direcționată și ajungea să se îndrepte spre ținte periculoase. La fel ca Marks cincisprezece ani mai târziu, și Peele susținea că dependența mergea mai departe de substanțele ilegale. Decenii întregi oamenii de știință

---

* „Behavioral (Non-Chemical) Addictions", în original (n.r.).

susținuseră asta, într-atât de mult încât puțini dintre ei erau dispuși să accepte că nicotina dădea dependență. Din moment ce fumatul era legal, conform raționamentului lor, tutunul nu avea cum să dea dependențe. Termenul „dependență" devenise atât de stigmatizat încât era rezervat unui grup mic și închis de substanțe. Însă termenul nu era sfânt pentru Peele. El a atras atenția că mulți fumători se bazau pe nicotină în același fel în care dependenții de heroină se bazau pe drog ca pe o cârjă psihologică, deși heroina era în mod evident mai dăunătoare pe termen scurt. Perspectiva lui Peele semăna cu o erezie în anii 1970, dar lumea medicală l-a prins din urmă în anii 1980 și 1990. Peele atrăsese atenția și asupra faptului că orice cârjă distructivă putea deveni o sursă de dependență. Cineva plictisit cu un job la birou care apelează la pariuri pentru senzațiile tari care îi lipseau în lumea reală ar putea să devină dependent de pariuri.

L-am abordat pe Peele în timp ce făceam cercetarea pentru această carte, dar s-a zbârlit când am adus vorba despre dependența comportamentală. „Sigur", mi-a spus, dându-mi de înțeles că i-ar face plăcere să vorbim, „doar că eu n-am folosit niciodată termenul «dependență comportamentală»." Pentru Peele termenul era o erezie, pentru că presupunea că exista o diferență semnificativă între obiceiurile care dau dependență și dependența de substanțe, o delimitare despre care el susține că nu există, pentru că dependența nu are legătură cu substanțe, comportamente sau reacții cerebrale. Pentru Peele, dependența este „un atașament extrem, disfuncțional, față de o experiență care este foarte dăunătoare pentru o persoană, dar care este o parte esențială a ecologiei individului și la care persoana nu poate renunța". Așa o definise în urmă cu zeci de ani și așa o vede și astăzi. „Experiența" se referă la tot ce este inclus în context: anticiparea evenimentului și

comportamentul de potrivire atentă a acului, lingura arsă și bricheta. Chiar și heroina – o substanță care dă dependență, dacă e să existe vreuna care chiar face asta – își croiește drum prin corp printr-un lanț de comportamente care ele însele ajung să facă parte din dependență. Dacă inclusiv dependența de heroină este într-o anumită măsură „comportamentală", puteți înțelege de ce Peele evita cu totul termenul.

Poate că Peele nu a folosit termenul „dependență comportamentală", dar timp de zeci de ani a separat în cărțile lui obiceiurile care dau dependență de substanțele care dau dependență. De exemplu, cel de-al șaselea capitol al cărții sale *The Truth About Addiction and Recovery*, scrisă în colaborare cu psihiatrul Archie Brodsky în 1991, are titlul: „Dependența de pariuri, shopping și activitate fizică". Peele și Brodsky s-au întrebat: „Poate cineva să fie dependent de jocuri de noroc, shopping, activități fizice, sex sau dragoste în același fel în care un individ este dependent de alcool și droguri?". Răspunsul lor a fost *da* – că „orice activitate, implicare sau senzație pe care o persoană o consideră suficient de solicitantă poate deveni o dependență... dependența poate fi înțeleasă doar în termenii experienței globale pe care i-o oferă unei persoane... și raportat la felul în care se leagă acestea de situațiile de viață și nevoile persoanei". Peele și Brodsky au demontat rapid și ideea conform căreia orice activitate plăcută, care stimulează producția de endorfine, ar fi o dependență. „Endorfinele nu îi fac pe oameni să alerge până când le sângerează picioarele sau să mănânce până când vomită", au argumentat aceștia. Doar pentru că alergătorii se simt „drogați", asta nu înseamnă că sunt dependenți. Ei au refuzat să se refere la pariuri, shopping și exerciții fizice compulsive ca fiind „boli", dar au rămas deschiși la ideea că acele activități puteau să inspire comportamente de tip dependent.

Peele a fost marginalizat decenii întregi. S-a poziționat împotriva abstinenței și a Alcoolicilor Anonimi și a scris iar și iar că dependența nu era o boală. Mai degrabă era o asociere dintre o nevoie psihologică nesatisfăcută și o serie de acțiuni care ameliorau pe termen scurt acea nevoie, dar care în cele din urmă era nocivă pe termen lung. Peele a fost adesea conflictual și întotdeauna provocator, dar mesajul său principal a rămas neschimbat: orice experiență ar putea să ducă la o dependență, dacă putea să calmeze o suferință psihologică. Ideile lui Peele au ajuns, treptat, să fie în general adoptate. Deși Asociația Americană de Psihiatrie (APA)* încă mai consideră dependența ca fiind o boală, la patru decenii după ce Peele a făcut prima dată legătura dintre dragoste și dependențe, APA a recunoscut că dependența nu se limitează la consumul de substanțe.

Cam la fiecare cincisprezece ani, APA lansează o nouă ediție a bibliei sale – DSM.[54] DSM** consemnează semnele și simptomatica pentru zeci de tulburări psihiatrice, de la depresie și anxietate până la schizofrenie și atacuri de panică. Atunci când APA a lansat în 2013 cea de-a cincea ediție a DSM, a adăugat *dependența comportamentală* în lista de diagnostice oficiale și a renunțat la expresia *consum de substanțe și dependență* în favoarea formulării *dependențe și tulburări conexe*. De ani întregi, psihiatrii tratează dependenți de comportamente, iar acum APA îi ajungea din urmă.

APA a evidențiat și că simpla situație de a depinde de o substanță sau de un comportament nu era suficient pentru un

---

* *American Psychiatric Association* (n.t.).

** *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders – Manualul de diagnostic și clasificare statistică a tulburărilor mintale* (n.t.).

diagnostic de dependență. Mulți pacienți din spitale depind, de exemplu, de opiacee, dar asta nu înseamnă că toți cei internați în spitale sunt dependenți de opiu. Ingredientele lipsă sunt senzația de poftă născută din dependență și faptul că dependenții știu că până la urmă își subminează bunăstarea pe termen lung. Un pacient dintr-un spital care se bazează pe morfină în timp ce se recuperează după o operație face ce poate mai bine și pe termen scurt, și pe termen lung; un dependent de morfină știe că dependența lui combină încântarea pe termen scurt cu daune pe termen lung. Mai mulți dependenți comportamental, actuali și foști, mi-au spus același lucru: consumarea dependențelor e întotdeauna dulce-amăruie. E imposibil să uite că își compromit bunăstarea chiar și în timp ce se bucură de acel prim val al recompensei.

APA aduce abia acum în discuție legătura dintre dependența de substanțe și cea de comportamente, dar unii cercetători fac astfel de afirmații de zeci de ani. În anii 1960, înainte chiar ca Peele să înceapă să își publice ideile, un psihiatru suedez numit Gösta Rylander a observat că zeci de dependenți de droguri se comportau de parcă ar fi fost animale sălbatice în pericol.[55] Atunci când sunt captive în spații mici, animalele se liniștesc repetând iar și iar aceleași acțiuni. Delfinii și balenele înoată în cerc, păsările își smulg propriile pene, iar urșii și leii se plimbă ore întregi în perimetrul în care sunt închiși. Conform unor rapoarte, 40% dintre elefanții care stau în cuști mărșăluiesc în cercuri și se leagănă înainte și înapoi în căutarea alinării.

Acestea sunt semnale universale ale suferinței, așa că Rylander era îngrijorat să vadă un comportament similar la cei care luau cu regularitate amfetamină. Un pacient aduna și aranja sute de pietre după mărime și formă, iar apoi le amesteca pentru a putea lua de la capăt procesul. Zeci de motocicliști dintr-o bandă de consumatori de amfetamină conduceau pe

aceeași stradă dintr-o suburbie de două sute de ori. Un bărbat își smulgea părul fără oprire și o femeie își pilea unghiile timp de trei zile până când îi dădea sângele. Atunci când Rylander le-a cerut să explice ce făceau, ei s-au chinuit să născocească răspunsuri rezonabile. Știau că se comportau ciudat, dar se simțeau obligați să continue. Unii dintre ei erau motivați de o fierbinte curiozitate patologică, în timp ce alții simțeau că repetiția îi calma. Rylander a scris despre ce văzuse într-un articol, etichetând acolo comportamentul prin termenul *punding*, un cuvânt suedez care înseamnă nerozie sau idioțenie. Totuși mai interesant pentru Rylander era că pentru acești pacienți nu exista vreo graniță între dependența de droguri și cea comportamentală. Fiecare se revărsa în cealaltă și erau similar de nocive, liniștitoare și irezistibile.

Rylander a murit în 1979, dar a lăsat în urmă o moștenire însemnată. Un cerc din ce în ce mai extins de doctori și cercetători consemna fenomenul *punding* prezent la dependenții de cocaină și la alți consumatori de droguri, iar lucrarea lui Rylander a fost citată de sute de ori. Comportamentele de tip *punding* sunt adesea bizare, dar îi afectau exact pe cei pe care experții i-au și bănuit: consumatorii de droguri înrăiți. Asta s-a întâmplat cel puțin până la începutul anilor 2000, când un mic grup de specialiști în neuroștiințe a început să observe acest *punding* și alte comportamente repetitive ciudate la unii dintre cei mai improbabili suspecți.

La începutul anilor 2000, Andrew Lawrence, un profesor de neuroștiințe de la Universitatea Cardiff, și unii dintre colegii săi au observat o gamă de comportamente bizare care generau dependență la persoane diagnosticate cu Parkinson. Aproape că nu există niciun fel de suprapunere între personalitățile

stereotipice ale consumatorilor înrăiți de droguri și pacienții cu Parkinson. În timp ce consumatorii de droguri sunt tineri și impulsivi, pacienții cu Parkinson sunt cu predilecție în vârstă și sedați. Mai mult decât orice altceva, aceștia speră să se bucure de ultimele decenii ale vieților lor fără să sufere de tremurul musculaturii care este specific bolii. De fapt, singurul punct comun era că acești pacienți cu Parkinson luau un medicament foarte puternic pentru a-și trata tremurul. „Parkinson apare din cauza unui deficit de dopamină, așa că tratăm boala cu medicamente care înlocuiesc dopamina", a spus Lawrence. Dopamina este produsă de mai multe regiuni ale creierului și are o gamă bogată de efecte. Controlează mișcarea (de aici și tremurul pacienților cu Parkinson) și joacă un rol important în conturarea felului în care oamenii reacționează în raport cu recompensele și plăcerea. Dopamina ține tremurul parkinsonian, dar în același timp se întâmplă să inducă și o formă de plăcere sau satisfacție. Mulți pacienți, atunci când sunt lăsați singuri cu propriile dispozitive, ajung să devină dependenți de medicamentele care înlocuiesc dopamina, așa că neurologii le monitorizează îndeaproape dozele. Dar nu asta îl fascinase și îl frământase pe Lawrence cel mai mult.

„Pacienții își strângeau medicamentele și atunci s-a întâmplat să observăm că unii dintre ei manifestau și dependențe de comportamente", a spus Lawrence. „Așa că raportau probleme cu pariuri, shopping, mâncat compulsiv și hipersexualitate." În 2004, Lawrence a catalogat unele dintre aceste simptome într-o lucrare uimitoare. Un bărbat, un contabil care timp de jumătate de secol făcuse economii cu atenție și devotament, deprinsese obiceiul pariurilor. Nu mai pariase niciodată până atunci, dar deodată s-a simțit atras de freamătul riscului. La început a pariat cu grijă, dar curând plasa pariuri de câteva ori pe săptămână și apoi în fiecare zi. Economiile lui

pentru pensionare pe care le câștigase cu greu s-au micșorat în ritm lent la început, dar apoi din ce în ce mai rapid, până când a ajuns să aibă datorii. Soția lui a intrat în panică și i-a cerut bani fiului, dar contribuția acestuia nu a făcut decât să alimenteze dependența bărbatului. Într-o zi, soția l-a găsit căutând prin gunoi, cu speranța de a recupera biletele la loto pe care ea le rupsese mai devreme în acea zi. Și, cel mai rău, bărbatul nu putea explica schimbarea sa de caracter. Nu voia să parieze sau să își risipească economiile de-o viață, dar nu se putea abține. Atunci când se luptase cu nevoia de a paria, asta îi ocupase complet mintea. Doar pariurile păreau să îl relaxeze.

Alți pacienți în vârstă își dezvoltaseră fetișuri sexuale și le solicitau soților și soțiilor sex pe tot parcursul zilei. Un bărbat care toată viața fusese un conformist în materie de modă a început să se îmbrace ca o prostituată. Alții au devenit dependenți de pornografia de pe internet. Oameni care toată viața avuseseră o dietă sănătoasă mâncau compulsiv bomboane și ciocolată și adunau munți de kilograme în doar câteva luni. Dar poate cel mai ciudat a fost cazul bărbatului care nu se putea opri din a face donații din banii săi. După ce și-a golit contul bancar a început să-și doneze lucrurile. Când Bill Connolly, vestitul comic scoțian, s-a îmbolnăvit de Parkinson la aproape 70 de ani, a început să ia medicamente care înlocuiau dopamina.[56] Și el a cedat în fața dependențelor comportamentale și a trebuit să oprească tratamentul. „Doctorii au trebuit să mă scoată de pe tratament, pentru că efectele secundare erau mai puternice decât beneficiile", i-a spus Connolly lui Conan O'Brien într-una din edițiile emisiunii nocturne moderate de acesta la care a participat. „Am întrebat ce efecte secundare sunt și ei mi-au spus: «Un interes crescut pentru sex și pariuri»." Connolly face haz de necaz la TV, dar în lipsa tratamentului tremurul său e din ce în ce mai grav. Medicamentele

sunt atât de puternice, încât aproape jumătate dintre pacienți par să se aleagă cu unele dintre aceste efecte secundare.

Lawrence a susținut că acești pacienți pur și simplu dădeau curs comportamentelor care le erau la îndemână. Aceste comportamente, numite *stereotipuri*, depind de „poveștile de viață particulare", scria Lawrence. „De exemplu, cei care au lucrat în birouri recurg la stereotipul de a învârti hârtii, o cusătoreasă va colecționa și aranja nasturi." Un om de afaceri în vârstă de 65 de ani demonta și reconstruia repetitiv stilouri și tot curăța o suprafață deja imaculată de pe biroul său. Un arhitect de 58 de ani își distrugea și reconfigura biroul de acasă iar și iar. Un tâmplar de 50 de ani colecționa scule electrice și a doborât fără motiv un copac din curtea lui. Aceste acțiuni familiare deveneau o sursă de alinare pentru că le erau la îndemână și solicitau foarte puțină analiză.

Înaintea lui, Lawrence și Rylander au observat granița fină dintre dependența de substanțe și cea comportamentală. La fel ca drogurile sau alcoolul, stereotipurile sunt doar încă o cale de a liniști un psihic chinuit. Lawrence a subliniat această suprapunere consemnând că mulți dintre pacienții care erau prinși într-un cerc vicios comportamental erau aceiași care luau în exces medicamentele care le stimulau producția de dopamină. Celor care sufereau de forme agresive de Parkinson li se monta adesea o mică pompă care le administra medicamentele intern. Deși li se spunea să respecte un program, puteau apăsa pe un buton pentru a administra o nouă doză de medicamente atunci când simptomele se agravau. Mulți începeau prin a respecta programul, dar curând învățau că medicamentul îi și face să se simtă bine. Unii dintre pacienții care au devenit dependenți de medicament au ajuns să dezvolte și dependențe comportamentale și jonglau cu cele două. Într-o zi puteau să ia câteva doze în plus din medicament și în următoarea zi puteau să învârtă

hârtii ore întregi dimineața înainte să strângă și să aranjeze pietre din grădină după-amiaza. Uneori le făceau pe amândouă, tratându-se singuri și cu medicamente și stereotipuri calmante. Nu exista nicio diferență concretă între cele două căi spre dependență; în esență erau două versiuni ale aceluiași program care nu funcționa corespunzător.

În anii 1990, un specialist în neuroștiințe de la Universitatea din Michigan, Kent Berridge, încerca să înțeleagă de ce dependenții continuau să ia droguri pe măsură ce viețile li se deteriorau. Un răspuns evident era că dependenții simt atât de multă plăcere de pe urma dependențelor lor încât sunt dispuși să își sacrifice bunăstarea pe termen lung pentru un val imediat de extaz – adică se îndrăgostiseră în mod disfuncțional de un partener care îi distrugea. „Cu 20 de ani în urmă căutam mecanismele plăcerii", spunea Berridge. „Și dopamina era cel mai bun mecanism existent al plăcerii și toată lumea știa că este implicat în dependență. Așa că ne-am propus să găsim mai multe dovezi care să demonstreze că dopamina era un mecanism al plăcerii." Pentru Berridge și mulți alți cercetători legătura părea evidentă – într-atât de evidentă încât se aștepta să o găsească rapid pentru a putea să treacă mai departe, să răspundă la întrebări mai noi, mai interesante. Dar rezultatul s-a dovedit a fi greu de găsit. Într-unul dintre experimente Berridge le-a dat șoarecilor un lichid zaharos delicios și i-a urmărit în timp ce își lingeau buzele cu plăcere. „La fel ca bebelușii, șoarecii își ling ritmic buzele atunci când gustă ceva dulce", a spus Berridge. Cercetătorii specializați pe cobai învață să interpreteze diferite manifestări ale acestora, iar asta era cea mai reprezentativă pentru plăcere. Bazându-se pe înțelegerea pe care o avea asupra dopaminei, Berridge a

presupus că micuțul creier al fiecărui șoarece genera un aflux de dopamină de fiecare dată când animalul gusta lichidul dulce, iar această creștere a nivelului de dopamină îl făcea pe șobolan să-și tot lingă buzele. Pe cale logică, dacă Berridge împiedica șobolanul să mai producă dopamină, acesta trebuia să nu-și mai lingă buzele. Așa că Berridge a făcut un fel de operație pe creier pe șoareci, pentru a-i opri să mai producă dopamină, și le-a dat din nou lichidul.

Șoarecii au făcut două lucruri după operație, dintre care unul l-a surprins pe Berridge și celălalt, nu. Așa cum se aștepta, nu au mai băut lichidul zaharos. Operația le omorâse apetitul, prin faptul că le împiedicase creierul să mai producă dopamină. Însă șoarecii au continuat să își lingă buzele în momentul în care îi hrănea direct cu apa cu zahăr. Nu păreau să o vrea – dar atunci când o gustau păreau să simtă la fel de multă plăcere pe cât simțeau înainte de operație. Fără dopamină, își pierduseră apetitul pentru apa cu zahăr, dar oricum încă o savurau când îi simțeau gustul.

„A durat cam zece ani pentru ca această descoperire să fie îmbrățișată de comunitatea specialiștilor în neuroștiințe", spune Berridge. Descoperirile contraziceau ceea ce neurologii simțeau de multă vreme ca fiind adevărat. „Ani întregi oamenii din lumea neuroștiințelor ne-au spus: «Nu, noi știm că dopamina susține plăcerea; mai mult ca sigur că te înșeli». Dar apoi au început să apară dovezi din studii făcute pe oameni și acum foarte puțini cercetători se îndoiesc de concluziile noastre. În acele studii, cercetătorii le dădeau indivizilor cocaină sau heroină, dar și un al doilea drog care era menit să întrerupă producția de dopamină. Blocarea dopaminei nu reducea plăcerea pe care o simțeau – dar reducea cantitatea pe care o luau."

Berridge și colegii lui au demonstrat că exista o mare diferență între a-ți plăcea un drog și a-ți dori un drog. Dependența era mai mult decât doar să-ți placă ceva. Dependenții nu erau oameni cărora se întâmpla să le placă drogurile pe care le consumau – aceștia erau indivizi care își *doreau* acele droguri foarte mult, chiar și pe măsură ce începuseră să nu le mai placă, pentru că le distrugeau viețile. Ceea ce face ca dependența să fie atât de dificil de tratat este că dorința este mult mai dificil de învins decât plăcerea. „Atunci când iau decizii, oamenii pun mai mult preț pe dorință decât pe plăcere", spunea Berridge. „Să-ți dorești e ceva mult mai robust, mai mare, mai vast și mai puternic. Să-ți placă e ceva micuț și fragil din punct de vedere anatomic – este ușor de întrerupt și ocupă o parte foarte mică din creier. În schimb, nu este ușor să întrerupi activarea dorinței intense. Odată ce oamenii ajung să își dorească un drog e ceva aproape permanent – durează cel puțin un an la cei mai mulți oameni și uneori s-ar putea să dureze aproape toată viața." Ideile lui Berridge explică de ce recidiva este atât de frecventă. Chiar și după ce ajungi să urăști un drog pentru că ți-a distrus viața, creierul tău continuă să îl vrea. Își amintește că drogul a alinat o nevoie psihologică în trecut, așa că pofta rămâne. Același lucru este adevărat și pentru comportamente: chiar și pe măsură ce ajungi să urăști Facebook sau Instagram pentru că îți consumă prea mult timp, continui să îți dorești să afli noutățile la fel de mult pe cât ți le doreai când te făceau fericit. Un studiu recent sugerează că jocul de-a inaccesibilul are același efect: un partener romantic care nu poate fi cucerit este mai puțin plăcut, dar mult mai dezirabil, ceea ce explică de ce unii oameni sunt atrași de parteneri indisponibili din punct de vedere emoțional.[57]

Plăcerea și dorința se suprapun în cea mai mare parte a timpului, ceea ce acoperă diferențele dintre ele. Tindem să ne

dorim lucrurile care ne plac și invers, pentru că cele mai multe dintre lucrurile plăcute sunt bune pentru noi și cele mai multe lucruri neplăcute nu sunt bune pentru noi. Puii de șobolan din studiile lui Berridge evoluaseră în așa fel încât să le placă instinctiv gustul apei cu zahăr, pentru că substanțele dulci tind să nu fie nocive și în același timp sunt bogate în calorii. Strămoșii lor șobolani, care se orientau spre mâncărurile dulci, aveau tendința de a trăi mai mult și de a se împerechea cu alți șobolani, așa că preferința lor pentru dulce a fost transmisă de la o generație la alta. Șobolanii care mâncau alimente amare erau mult mai predispuși să moară, ori otrăviți, ori din cauza malnutriției. Foarte puține mâncăruri cu adevărat amare sunt bogate în nutrienți și de la o vârstă fragedă evităm numeroase plante și rădăcini amare care se întâmplă să fie toxice. Deși sunt adesea corelate, Berridge a demonstrat că plăcerea și dorința merg pe alte căi în cazul dependenței. Profunzimile dependenței nu sunt deloc distractive, ceea ce este o altă modalitate de a spune că dependenții tânjesc după o doză fără *să le placă* experiența. Stanton Peele a comparat dependența cu dragostea prost orientată, iar să te îndrăgostești de persoana nepotrivită este un caz clasic de dorință fără plăcere. Să iubești persoana nepotrivită este ceva atât de obișnuit încât avem stereotipuri pentru „tipul care nu e bun de nimic" și „femeia fatală". Știm că nu ne fac bine, dar nu ne putem abține să nu ni-i dorim.

Deși Berridge își petrece mai mult timp investigând dependența de droguri, la fel ca Stanton Peele și Andrew Lawrence el crede că ideea lui se aplică și dependențelor comportamentale. „Întotdeauna am știut că drogurile ar putea influența aceste sisteme cerebrale, dar nu am știut același lucru și despre comportamente. Pe parcursul ultimilor aproximativ cincisprezece ani am ajuns să învățăm că același lucru

este valabil și pentru comportamente – și că procesul are loc prin aceleași mecanisme ale creierului." La fel cum drogurile declanșează producția de dopamină, la fel este valabil și pentru stimulii comportamentali. Atunci când un dependent de jocuri își deschide laptopul, nivelul de dopamină îi crește fantastic; atunci când un dependent de activitate fizică își încheie șireturile la pantofii de alergat, nivelul de dopamină îi crește fantastic. De aceea spunem că acești dependenți de comportamente se aseamănă cu dependenții de droguri. Dependențele nu sunt motivate de substanțe sau comportament, ci de ideea, învățată pe parcursul timpului, că acestea îi protejează pe dependenți de suferință psihologică.

Adevărul despre dependență pune sub semnul întrebării multe dintre intuițiile noastre pe subiect. Nu e vorba că trupul nostru se îndrăgostește iremediabil de un drog periculos, ci mai degrabă că mintea învață să asocieze orice substanță sau comportament cu alinarea durerii psihologice. De fapt, dependența nu are legătură cu îndrăgostitul; așa cum a demonstrat Kent Berridge, toți dependenții își *doresc* obiectul dependenței lor, dar mulți dintre ei nu îl *plac* deloc. Cât despre Isaac Vaisberg, pacienții cu Parkinson ai lui Andrew Lawrence și Șoarecele 34, dependența rămâne chiar și după ce dispare atracția, lăsând intactă dorința pentru jocuri, curățenie obsesivă sau autoadministrarea unei doze cu mult după ce plăcerea a dispărut.

Partea a doua

Ingredientele dependenței comportamentale (sau cum să creezi o experiență care să dea dependență)

4 | Scopuri

În 1987, trei neurologi australieni au descoperit o tehnică simplă care a ușurat viețile a mii de pacienți cu Parkinson.[58] Boala îi aduce pe mulți pacienți în situația în care să nu mai poată să meargă, pentru că tremurul îi aduce în imposibilitatea de a se mișca din loc. Neurologii și-au început raportul prin a descrie descoperirea accidentală. Un bărbat care suferea de unsprezece ani de Parkinson încă reușea să se ridice din șezut, dar nu mai putea merge. Într-o dimineață și-a pus picioarele lângă marginea patului și le-a așezat ferm pe podea. S-a ridicat, iar atunci când era în picioare s-a uitat în jos și a observat că pantofii îi erau așezați ordonat exact în fața picioarelor, ca două mici obstacole. Spre surprinderea sa, în loc să se chinuie să meargă, a reușit să facă un pas intenționat deasupra unui pantof și apoi încă unul pe deasupra celuilalt. Pantofii erau acum în spatele lui. Cu ajutorul unui scop mărunt, respectiv de a păși peste pantofi, reușise pentru prima dată după ani întregi să meargă în loc să-și târșâie picioarele.

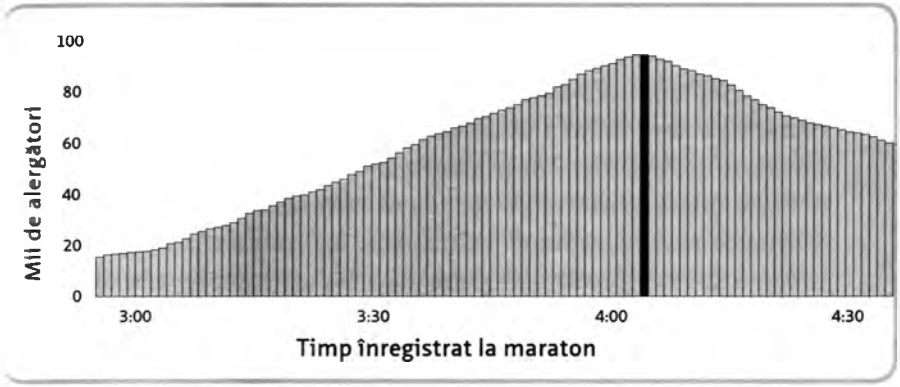
Bărbatul a fost întreprinzător. A testat diferite tactici. Întâi a purtat cu el obiecte mici oriunde mergea, aruncându-le la câțiva centimetri în față de fiecare dată când rămânea țeapăn în loc. În curând puteai să îi depistezi traseul pe care îl avea prin casă după urma de obiecte. Apoi, copleșit de aglomerația de lucruri înșirate pe jos, a descoperit că își putea folosi bastonul ca obstacol reutilizabil. L-a întors invers, în așa fel încât mânerul să stea pe podea exact în fața piciorului său drept. Având mânerul ca obstacol, a făcut un prim pas și apoi a

repetat tehnica pentru piciorul stâng. Pentru că își luase puțin avânt, după câțiva pași și-a format un ritm și a reușit să meargă încet fără ajutorul bastonului.

Bărbatul a mers la neurologul lui, unul dintre cei trei care au scris ulterior lucrarea de referință, și i-a prezentat noul său truc. Neurologul a fost dat pe spate. Cum era posibil ca un obstacol să îi îmbunătățească mersul pacientului său? Răspunsul este că, dacă vrei să îi faci pe oameni să acționeze, trebuie să descompui scopurile copleșitoare în țeluri mai mici care să fie concrete și mai ușor de gestionat. Oamenii sunt motivați de senzația de progres, iar progresele sunt mai ușor de perceput atunci când se vede la orizont destinația. Folosindu-se de baston, bărbatul și-a creat o serie de scopuri mărunte care erau ușor de digerat. Atunci când neurologul și doi dintre colegii lui au confirmat că abordarea mergea și cu alți pacienți bolnavi de Parkinson, aceștia au descris-o în lucrarea care îi înarma pe neurologi cu un nou instrument prin care să trateze una dintre cele mai incomode simptome ale bolii.

La fel ca micile obstacole pentru un bolnav de Parkinson, scopurile instigă adesea la acțiune, pentru că devin fixații. Se poate vedea asta dacă analizați timpii obținuți de milioane de alergători la maraton, chitiți pe reușită.

Maratonistul obișnuit termină traseul de 42,2 km (26,2 mile) în aproximativ patru ore și jumătate. La extreme, atleții de top de sex masculin parcurg distanța în puțin peste două ore, în timp ce alergătorii cei mai lenți petrec zece ore sau mai mult pe traseu. Poate că v-ați aștepta la o distribuție omogenă a timpilor între aceste extreme. Ceva de tipul aceasta, unde înălțimea fiecărei linii arată câți alergători au terminat maratonul în acel interval de timp:

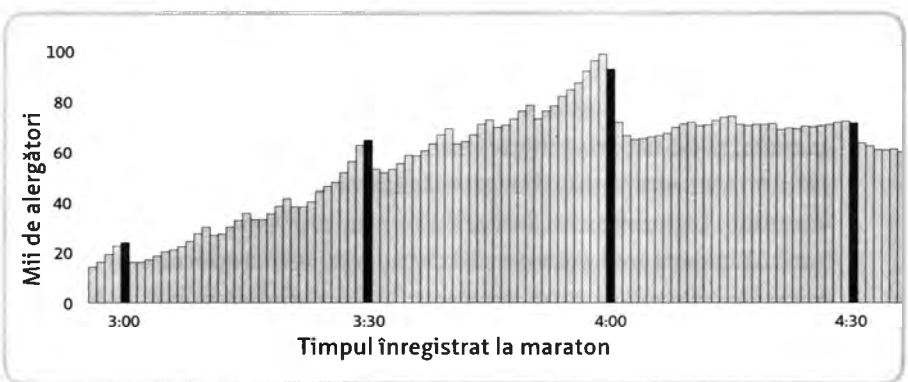


Un mic grup de alergători termină în mai puțin de trei ore, apoi timpii mai lenți devin din ce în ce mai frecvenți până la un vârf de patru ore și trei minute (linia îngroșată). Nu există salturi sau jgheaburi în distribuție, ceea ce este tipic pentru felul în care îndeplinesc oamenii multe sarcini fizice.

Dar distribuția nu arată de fapt așa, pentru că anumite repere de timp sunt mai semnificative decât altele.[59] Știu asta din proprie experiență, pentru că în 2010 am participat la maratonul din New York. Mulți atleți aleargă în spatele celor care stabilesc ritmul și care poartă pancarte mari pe care sunt scrișii timpi ca „3:00", „3:30" sau „4:00". Cei care stabilesc ritmul și poartă acele însemne sunt alergători cu experiență care își propun să termine foarte aproape de acele repere, dar sub acestea, și de obicei reușesc. Eu m-am ținut după cel cu 3:30 cât de mult am putut, dar pe măsură ce a trecut timpul am încetinit. În momentul în care 3:30 era atât de mult în față încât abia dacă mai puteam să-i citesc pancarta a apărut lângă mine alergătorul cu 4:00. Am renunțat la planul pe care îl avusesem pentru cursă și mi-am stabilit un scop nou, clar: s-ar putea ca acesta să fie singurul maraton la care voi participa

vreodată, așa că pur și simplu trebuie să termin în mai puțin de patru ore. Cu câțiva kilometri înainte de final eram de-a dreptul sfârșit. Îmi amintesc că am înfulecat cu poftă câteva banane pe care mi le-a oferit un spectator amabil căruia i se făcuse milă de mine. Un prieten a intrat pe pistă și a strigat: „Foarte bine! Ai ritmul perfect ca să termini în mai puțin de patru ore și cinci minute!". Cuvintele lui au scos la iveală o rezervă de energie ascunsă și am alergat puțin mai repede din acel moment până la final. Am reușit să termin în 3:57:55. Când m-am întâlnit cu același prieten după cursă mi-a spus că mințise. „Erai pe drumul cel bun ca să termini în mai puțin de patru ore, dar îmi făceam griji că s-ar putea să încetinești", mi-a spus el. „Am știut că te vei strădui mai tare dacă vei crede că urmează să termini în patru ore și cinci minute." Maratonul din New York a fost primul și ultimul la care am participat vreodată; aș fi alergat și în 2011 dacă timpul obținut ar fi depășit patru ore.

Nu sunt singurul. În 2014, patru oameni de știință behavioriști au adunat pe același grafic timpii obținuți de aproape zece milioane de maratoniști:



Dacă vă concentrați pe reperele de la fiecare jumătate de oră, puteți vedea clar chinul meu. Barele închise la culoare indică timpii aflați imediat sub praguri (2:59, 3:29, 3:59 și 4:29) și puteți vedea că sunt cu mult mai frecvenți decât timpii puțin mai lenți (cele două sau trei bare din dreapta celei întunecate). Cumva alergătorii accesează depozite de energie ascunse în timp ce se străduiesc să depășească pragurile semnificative, așa că mult mai mulți termină în, să zicem, 3:58 sau 3:59 decât în 4:01 sau 4:02. Într-o cursă ca maratonul din New York, cu aproape 50 000 de alergători, cinci sute vor termina în 3:59, în timp ce doar trei sute vor termina cu 4:01. Dimensiunea acestei diferențe surprinde cât de acut își doresc alergătorii la maraton să termine în mai puțin de patru ore. Aceasta este forța de convingere a scopurilor clare: chiar și atunci când ești la doar două banane distanță de colaps, tot descoperi voința să mergi mai departe. Așadar, ce se întâmplă când îți atingi scopul?

Robert Beamon s-a născut într-o familie săracă din Queens, New York, imediat după sfârșitul celui de-al Doilea Război Mondial.[60] Tatăl lui era violent și mama se temea pentru siguranța lui Bob, așa că micuțul a fost trimis să locuiască la bunica lui. Până să intre la liceu, ajunsese să fie înalt, subțire și atletic. Îi plăcea să alerge și să facă sărituri, iar un căutător de talente l-a remarcat în timp ce se antrena pe pista pentru sărituri la în groapa cu nisip. A început să câștige titluri în competiții între liceele americane, iar până să termine liceul se afla între cei mai buni doi sau trei săritori în lungime din țară. Beamon a acceptat o bursă la Universitatea din Texas în El Paso, iar acolo și-a propus să atingă scopul suprem pentru elita atleților: aurul olimpic.

Șansa lui Beamon s-a ivit în 1968, la Jocurile Olimpice din Mexico City. Când a ajuns în Mexico City câștigase 22 din ultimele 23 de evenimente la care participase și era un puternic favorit pentru câștigarea medaliei de aur. Dar Beamon a intrat în panică. În timpul etapelor de calificare ceva nu părea în regulă. Pentru prima dată după ani de zile avea mari emoții. Nefiind în apele lui, Beamon și-a estimat greșit lansarea și și-a faultat primele două sărituri. Totul depindea de această a treia și ultima sa șansă la calificare. Ralph Boston, cel care deținea recordul mondial la acea vreme, și coechipierul lui Beamon, l-a luat deoparte și i-a spus să sară precaut. Așa cum își amintește Beamon, „a spus: «dă-te înapoi vreun metru și, dacă trebuie să sari din spatele plăcii, sari din spatele plăcii»". La această a treia și ultima lui săritură, în ciuda faptului că își luase avânt destul de mult din spatele plăcii, Beamon a reușit să se califice.

Finala începea în dimineața zilei următoare. Când Beamon și-a amintit de acel moment cu ocazia unui interviu, 40 de ani mai târziu, el a spus că se simțea „calm, foarte relaxat". Ulterior le-a zis celor care îi luau interviul că dăduse peste cap câteva pahare de tequila în noaptea de dinainte, abandonând pentru scurt timp regimul său de antrenament profund abstinent. Trei atleți urmau să sară înaintea lui Beamon, dar toți trei și-au faultat prima tentativă, așa că Beamon rămăsese fără un obiectiv pentru distanță. Prima săritură a durat, de la început până la sfârșit, doar șapte secunde. A mâncat din pistă și a sărit departe și înalt, aterizând foarte departe de marginea gropii cu nisip. Beamon sărise atât de departe, încât sistemul de măsurare electronic nu a putut să calculeze distanța săriturii. Se pot urmări și astăzi secvențele: un oficial zelos mișcă dispozitivul de măsurat până la capătul unei șine fixe și își permite să zâmbească scurt în momentul în care își dă seama că săritura nu se poate măsura. Membrii comisiei oficiale se sfătuiesc puțin înainte

să-şi dea seama că nu există nicio ruletă potrivită pe stadion. Unul dintre ei este trimis să caute una în timp ce evenimentul se suspendă. După 45 de minute se descoperă o ruletă şi, după măsurători repetate, oficialii asociază un număr saltului colosal al lui Beamon: 8 metri şi 90 de centimetri sau 29 de picioare şi 2,5 inci. Beamon sărise cu aproape 55 cm – 2 picioare – mai departe decât oricare alt om din istorie. S-a prăbuşit pe pistă în timp ce Boston încerca să îl ajute să se ridice, dar a căzut din nou înainte ca picioarele să îi poată susţine greutatea. Urmărind înregistrarea, un doctor l-a diagnosticat pe Beamon ca fiind victima unei crize cataleptice, cauzată de şocul emoţional al reuşitei sale. Săritura a fost atât de impresionantă încât cuvântul „Beaumonesque" a ajuns să aibă semnificaţia unei realizări supraomeneşti care îşi eclipsează predecesorii.

Beamon şi-a depăşit cu mult scopurile atletice. A obţinut medalia de aur şi a devenit deţinătorul unui record mondial. Deziluzionat, Lynn Davies, anteriorul campion olimpic la săritura în lungime a spus: „Ce rost mai are? Săritura lui Beamon a distrus întrecerea". Din perspectiva campionului rus Igor Ter-Ovanesian, concurenţa lui Beamon era formată din bieţi „copii". Recordul a rămas în picioare aproape 23 de ani, până când atletul american Mike Powell a depăşit pragul lui Beamon cu câţiva centimetri – un record care se menţine şi astăzi.

Teoretic, Beamon ar fi trebuit să fie în extaz. După o etapă de calificări şubredă a reuşit să înregistreze o performanţă care a fost adesea menţionată printre cele mai mari cinci reuşite atletice ale tuturor timpurilor. Restul acelei zile ar fi trebuit să fie unul dintre cele mai remarcabile momente ale vieţii lui Beamon. Dar nu a fost aşa. În 2008 şi-a amintit că sărbătoarea a durat doar câteva minute. „Când am ajuns pe podium mi-am spus: «Ce am să fac mai departe? Am atins un prag, aşadar, care va fi următoarea experienţă de vârf din viaţa mea?»"

La o săptămână după competiție, se înscrisese la cursuri de sociologie pentru a obține o diplomă de masterat la Universitatea Adelphi. Aproape că a abandonat viața sportivă și inclusiv astăzi se poate vedea că nu îi provoacă mare bucurie întrebările despre acea victorie. Dă ușor din cap, recunoaște tăcut că săritura a fost impresionantă în ciuda stării sale modeste și apoi continuă să vorbească despre acțiunile sale filantropice sau despre virtuțile coechipierilor lui olimpici.

Poate că Beamon este neobișnuit de rezervat, dar chiar și cei care își propun țeluri exagerate au dificultăți cu succesele scandaloase. Cu siguranță așa a fost pentru Michael Larson, o legendă în lumea concursurilor televizate.

Larson era cunoscut ca fiind un tip chitit pe reușite.[61] Urmărea constant scop după scop, uneori scopuri mici și alteori unele mari. Multe dintre acestea aveau legătură cu a face bani, pentru că Michael se născuse în 1949 într-o familie cu mijloace modeste dintr-un oraș mic – Lebanon, Ohio. Uneori nu se comporta tocmai etic. Lucru valabil când le-a vândut la suprapreț ciocolate colegilor din gimnaziu și atunci când a deschis mai multe conturi bancare pe mai multe nume, în așa fel încât să poată beneficia de bonusul de 500 de dolari oferit de bancă pentru conturile noi. Larson era un „monogam în serie" în relația cu scopurile – urmărea scop după scop și rareori ataca unul nou înainte ca actualul proiect să fie finalizat. Rareori îi lipsea o misiune și era neliniștit când nu avea un scop la orizont. Această abordare pasională pentru scopuri i-a declanșat decăderea.

În vara lui 1983, Larson avea 34 de ani și era șomer, cu excepția unor joburi trecătoare ca șofer pe un camion cu înghețată și mecanic specializat pe repararea aparatelor de aer condiționat. Asamblase un perete uriaș de televizoare și căuta

obsesiv pe canale oportunități de a face bani. În cele din urmă și-a găsit victima sub forma unei noi emisiuni de tip concurs. *Press Your Luck* a avut premiera pe CBS în septembrie 1983. Premisa emisiunii era simplă: concurenții răspundeau la întrebări de cultură generală pentru a acumula „runde" și apoi le foloseau pe o planșetă uriașă pentru a câștiga bani și premii, în același timp evitând căsuțele „cu ghinion"* care le anulau complet câștigurile. Concurenții se uitau la o lumină intermitentă care se plimba pe cele optsprezece pătrate de pe planșetă și apăsau pe un buton roșu pentru a opri lumina în poziția în care ajunsese în acel moment. Conținutul pătratelor se modifica de la o clipă la alta, ceea ce făcea dificil de prezis dacă pătratul ales va avea de oferit bani, premii sau o lovitură. De aici și numele jocului: participanții puteau să aleagă să cedeze rundele rămase următorului jucător sau să continue să își „apese norocul" încercând încă o rundă. Jocul era conceput în așa fel încât lumina să aterizeze pe o lovitură la fiecare cinci sau șase runde, împiedicându-i pe jucători să adune mai mult de câteva runde câștigătoare la rând.

Larson a urmărit emisiunea cu mult interes. Pentru cei mai mulți dintre oameni, planșeta părea să aibă un comportament aleatoriu, dar Larson nu era ca cei mai mulți oameni. El urmărea, zi de zi, înregistrând rezultatul fiecărei runde până când i s-a dezvăluit un tipar. A împărtășit descoperirea cu soția lui: lumina pulsatorie mergea pe cinci căi diferite și, indiferent ce cale urma, două pătrate din cele optsprezece nu afișau niciodată lovituri. Într-unul dintre tipare, de exemplu, lumina intermitentă ateriza pe un pătrat sigur după ce se plimbase pe patru pătrate periculoase. Cu exercițiu, oricine putea să învețe să păcălească sistemul. Larson avea un nou scop.

---

* În original, *whammy* (n.t.)

Timp de șase luni, Larson a memorat cele cinci căi câștigătoare, jucând alături de participanți până când ajunsese să mănânce, să doarmă și să respire magicele mișcări secvențiale. Numerotase fiecare pătrat și exersa drumul parcurs de lumină pe măsură ce se tot deplasa pe planșetă. „Doi. Doisprezece. Unu. Nouă. În siguranță! Doi. Doisprezece. Unu. Nouă. În siguranță!" Comportamentul lui era excentric, firește, dar Larson era dispus să meargă până foarte departe pentru a-și atinge scopul cu potențial profitabil.

Într-o zi i-a spus soției că era pregătit. A strâns fiecare bănuț pe care îl avea și a plecat din Ohio la studiourile emisiunii din Los Angeles. În avion a purtat un costum gri șifonat și apoi a purtat același costum în fiecare dimineață și după-amiază, căci mergea la preselecții de două ori pe zi și a făcut asta câteva zile la rând, alături de alți 50 de indivizi plini de speranțe. Energia lui optimistă i-a fermecat suficient de mult pe cei din echipa emisiunii încât să fie invitat să apară în emisiune pe 19 mai 1984.

Emisiunea a început la fel cum începea în majoritatea zilelor. Peter Tomarken, gazda amabilă a concursului, l-a întrebat pe Michael cu ce se ocupa și a glumit că, deși Michael probabil luase o supradoză de înghețată în calitate de șofer pe un astfel de camion, spera ca Michael să ia și o supradoză de bani. Atunci când a început runda de întrebări, a fost evident că Larson era altfel decât ceilalți doi participanți. În timp ce ei apăsau relaxat cu o singură mână pe butoanele lor roșii, Larson se folosea de ambele mâini și lovea butonul ca un șarpe cu clopoței. Aveau în fața lor un individ care avea o tehnică, un bărbat care își planificase victoria luni de-a rândul.

Dar licitația lui Larson nu a început conform planificării. Prima tură s-a terminat cu o lovitură. Se pare că planșeta avusese o întârziere de o fracțiune de secundă față de momentul

în care se apăsase butonul. Larson a fost puțin șocat, dar în scurt timp și-a intrat în ritm și a început să adune un munte de bani și premii. Rick Stern, regizorul asociat al emisiunii, recunoscuse privirea hotărâtă de pe chipul lui Larson. „Am un băiat de cincisprezece ani care joacă jocuri video și aceea este privirea de pe chipul lui atunci când se afundă în acțiune. Larson își căuta șabloanele și avea mult de muncit." Una dintre asistentele de producție, Adrienne Pettijohn, a glumit doar pe jumătate când a spus că „tipul ăsta o să plece acasă cu întregul post".

După fiecare rundă de succes, Larson chiuia de bucurie. Patru mii de dolari și o rundă în plus. Cinci mii de dolari și o rundă în plus. O vacanță în Kauai. O mie de dolari și o rundă în plus. O barcă. Și tot așa. Aflat în stânga lui, concurentul Ed Long a început să îi facă galerie, căci și el era fermecat de parcursul uluitor al lui Larson. În dreapta lui Larson, Janie Litras devenea din ce în ce mai nervoasă cu fiecare rundă. Gândindu-se la înfrângere, două decenii mai târziu, și-a amintit: „Nu-mi făcea plăcere. Eram din ce în ce mai nervoasă. Eu trebuia să fiu câștigătoarea".

Pe măsură ce câștiga tot mai mult, Larson i-a ignorat pe Long și pe Litras. Zece mii de dolari. Douăzeci de mii de dolari. La 26 de mii de dolari Tomarke a strigat: „Incredibil! Ce se întâmplă aici?". În spatele camerelor de filmat, cei din conducerea emisiunii începuseră să intre în panică. Cu un an înainte, în timp ce planificau concursul, ei nu luaseră în calcul probabilitatea ca un concurent întreprinzător să învețe cele cinci șabloane prestabilite de pe planșetă. Între timp, în loc să cedeze rundele rămase, Larson mergea înainte – mai departe de 30 de mii de dolari și apoi peste 40 de mii de dolari, iar apoi peste 44 de mii, cea mai mare valoare a câștigurilor înregistrate într-o singură zi de la debutul emisiunii. Apoi a depășit 50, 60

și 70 de mii de dolari – și a trecut și de cea mai mare valoare cumulată a câștigurilor dintr-o singură zi pentru *orice* emisiune americană de tip concurs cu participanți-campioni care reveneau în următoarea ediție.

Conform oricărui considerent rațional, Larson ar fi trebuit să se oprească. O lovitură i-ar fi încheiat parcursul și l-ar fi lăsat cu fix nimic – o pierdere uriașă de zeci de mii de dolari. Ignorând avertismentele blânde ale lui Tomarken, Larson devenise obsedat de un total magic. „Vreau să ajung la o sută!", a strigat el la scurt timp după cea de-a treizecea rundă câștigătoare. Când a ajuns la o sută de mii de dolari panoul de scor și-a dat peste cap semnul pentru dolar; fusese proiectat pentru cel mult 99 999$.

Și apoi rotițele aproape s-au desprins. Larson era la două ture de victorie când și-a pierdut concentrarea. În loc să apese pe unul dintre pătratele sigure lumina s-a oprit pe unul periculos. Larson îi permisese luminii să meargă mai mult cu un pătrat. La prima tură acest pătrat afișase o lovitură, dar de această dată divinitatea i-a zâmbit: 750 de dolari și încă o tură. Larson era zdruncinat, dar a continuat până la ultima tură, iar acolo a dat peste o excursie în Bahamas. Rezultatul final: câștiguri în valoare de 110 237 de dolari, sumă care încă deține recordul pentru cât de mult a câștigat vreodată un participant într-un singur episod din orice emisiune de tip concurs cu jucător-campioni care revin în următoarele ediții.

După recordul lui Larson, conducerea emisiunii a revizuit felul în care funcționa concursul, în așa fel încât pe planșetă alternau 32 de tipare diferite în locul celor cinci inițiale. În același timp au eliminat și pătratele sigure – în funcție de secvență, orice pătrat putea să afișeze o lovitură. Acum era aproape imposibil ca un participant să prezică unde va cădea apoi lumina și ce va scoate la iveală.

Și cum rămâne cu victoriosul Michael Larson? Echipa CBS a încercat să demonstreze că Larson trișase, dar adevărul este că nu făcuse nimic în neregulă. I-au plătit întreaga sumă cu mari rezerve, iar Larson s-a întors bogat în Ohio. Conform tuturor criteriilor, acesta depășise orice scop și-ar fi putut propune atunci când s-a îmbarcat în zborul spre Los Angeles: niciun alt participant la o emisiune-concurs nu mai câștigase la fel de mult într-o singură zi, iar el câștigase mai mult de o sută de mii de dolari. Dar la fel cum refuzase să își cedeze rundele în timpul emisiunii, la fel a refuzat și să se mulțumească cu această victorie odată ajuns acasă.

Încă neliniștit, Larson a devenit dependent de un scop care i-a distrus căsnicia și l-a lăsat fără niciun ban. Un post local de radio se oferise să ofere unui ascultător norocos 30 000 de dolari dacă trimitea bancnota de un dolar cu aceeași serie ca numărul aleatoriu anunțat în direct în fiecare zi. Seriile au câte opt cifre, așa că probabilitatea de a câștiga la această loterie sunt incredibil de mici – aproximativ una la o sută de milioane. Larson a presupus greșit că era doar o chestiune de timp până când urma să câștige, dacă își convertea în bancnote de un dolar cei 50 000 de dolari care îi rămăseseră de la emisiune – un total de 50 000 de șanse de câștig. În fiecare zi, când cei de la radio anunțau seria câștigătoare, Larson și Teresa stăteau ore întregi să verifice teancurile de bancnote. Teresa a ajuns să îl disprețuiască. Era atât de concentrat pe joc încât a devenit distant și plin de amărăciune.

Într-o noapte, cuplul a mers la o petrecere de Crăciun și o bandă de hoți le-a spart casa, furând câștigurile lui Larson, mai puțin 5 000 de dolari. Teresa s-a înfuriat atât de tare, încât a plecat cu cei 5 000 de dolari și nu s-a mai văzut niciodată cu Michael. La puțin timp, el s-a mutat în Florida și și-a petrecut următorii 15 ani din viață căutând metode din ce în ce mai

dubioase de a face bani. Larson a devnit un simbol tragic al dependenților de scopuri de oriunde: montaniarzii care refuză să se oprească din cucerirea de noi vârfuri chiar și atunci când se confruntă cu moartea, pariori care refuză să renunțe la jocurile de noroc pe măsură ce viețile lor se destramă și angajați care refuză să plece acasă chiar dacă nu e nevoie să muncească mai mult.

Bob Beamon și Michael Larson sunt diferiți în atât de multe privințe. Beamon a făcut performanță peste așteptări și Larson s-a plasat consecvent sub așteptări. Beamon este modest și rezervat, Larson era expansiv și naiv de sincer. Dar ambii și-au sacrificat bunăstarea imediată pentru promisiunea succesului pe termen lung și amândoi au fost surprinși să afle că reușitele ieșite din comun le-au adus foarte puțină bucurie. La fel ca blestemul care îl condamnase pe Sisif să împingă un bolovan la deal pentru eternitate, e dificil să nu ne întrebăm dacă marile scopuri ale vieții nu sunt cumva prin însăși natura lor și mari surse de frustrare. Fie înduri căderea de după succes, fie înduri dezamăgirea eșecului. Toate acestea contează acum mai mult ca niciodată, pentru că există motive întemeiate să credem că trăim într-o epocă fără precedent centrată pe cultura scopului – o perioadă accentuată de perfecționism generator de dependență, autoevaluare, mai mult timp petrecut la lucru și mai puțin timp pentru joacă.

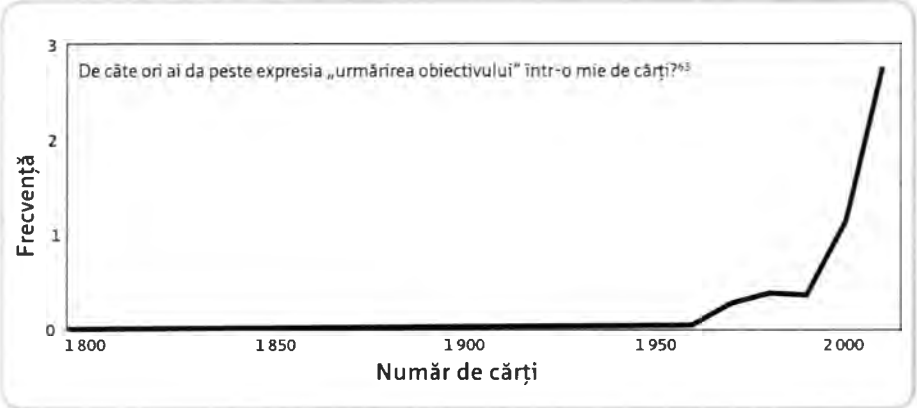
În ciuda tuturor dezavantajelor stabilirii de scopuri, obiceiul s-a răspândit în ultimele câteva decenii. Ce e cu lumea de astăzi de a devenit atât de atrăgătoare fuga asta după obiective?

Obiectivele există de tot atât de mult timp de când există viață pe planeta noastră. Totuși ceea ce s-a schimbat este măsura în care viețile noastre sunt ocupate cu urmărirea scopurilor.

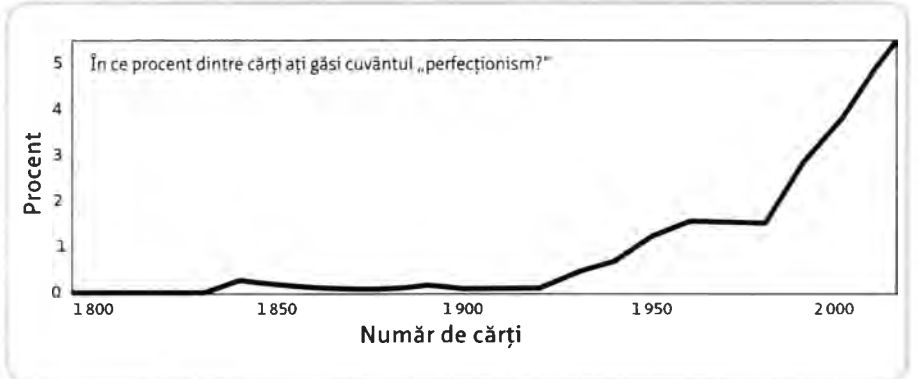
Cândva, țelurile aveau în mare parte legătură cu supraviețuirea. Căutam mâncare și ne împodobeam pentru parteneri atrăgători, iar aceste activități erau esențiale pentru supraviețuirea speciei noastre. Obiectivele erau mai degrabă un imperativ biologic decât un lux sau o alegere. Specia noastră nu ar fi supraviețuit dacă strămoșii noștri și-ar fi petrecut timpul urmărind obiective fără să aibă motive serioase. Când mâncarea și energia erau limitate, individul care escalada cel mai apropiat munte de plăcere sau care alerga o sută de kilometri doar ca să vadă dacă poate, nu trăia prea mult. Astăzi, pentru majoritatea oamenilor, mâncarea și energia sunt la discreție și poți să ai o viață lungă și fericită în timp ce alegi să îți asumi greutăți ne-necesare, precum escaladările periculoase sau ultramaratoanele. Și, odată ce termini de urcat un munte sau de alergat într-o cursă, poți să începi să te pregătești pentru următoarele, pentru că scopurile de astăzi sunt mult mai mult decât simple destinații; astăzi suntem chitiți pe călătorit și adesea se întâmplă ca atingerea propriu-zisă a scopului să devină un declin adiacent.

Există suficiente dovezi privind această ascensiune a culturii obiectivelor, dacă știi unde să cauți.[62] Se poate vedea în folosirea mai frecventă a expresiei „goal pursuit"*, care nu a existat în cărțile de limba engleză până în 1950:

* Urmărire a unui obiectiv (n.t.).



Conceptul de a ne propune scop după scop – adică perfecționism – este și el destul de nou. Cuvântul abia dacă exista la începutul anilor 1800, dar acum pare să fie peste tot. În 1900 cuvântul apărea în doar 0,1% din fiecare carte (trebuia să citești mai mult de o mie de cărți pentru a-l vedea scris o singură dată). Astăzi, aproximativ 5% dintre toate cărțile (sau 1 din 20) menționează ideea de „perfecționism".



Ar putea fi vorba despre o schimbare la nivel lingvistic; poate că oamenii aveau alte cuvinte pentru „perfecționism" și „urmărire a unui obiectiv" în anii 1800, iar acele cuvinte au fost înlocuite acum. Dacă ar fi adevărat, v-ați aștepta ca acele expresii să fi devenit din ce în ce mai puțin folosite de-a lungul timpului, dar niciunul dintre sinonimele din dicționare pentru „perfecționism" și „urmărire a unui scop" nu au ieșit din uz. Ba, multe dintre ele au început să fie folosite mai des – termeni ca „misiune", „plan", „țintă", „obiectiv" și „străduință".

Chiar și în afara lumii cărților scopurile au devenit mai dificil de evitat. Internetul i-a expus pe oameni la scopuri despre care abia dacă știau că există, iar dispozitivele care se pot purta ca accesorii au făcut ca monitorizarea obiectivelor să devină lipsită de efort și automată. Dacă mai demult trebuia să cauți activ noi obiective, astăzi ajung la tine, adesea neinvitate, pe e-mail și pe ecranul dispozitivului pe care lucrezi. S-ar putea să ne descurcăm chiar și dacă am lăsa acele e-mailuri necitite ore sau chiar zile la rând, dar în detrimentul productivității și bunăstării nu ne putem abține să nu răspundem e-mailurilor noi aproape imediat ce le primim.

Cât de mult timp credeți că rămâne necitit, în medie, un e-mail trimis pe adresa de serviciu? Eu am ghicit că zece minute. Adevărul este că rămâne doar șase secunde. În realitate 70% dintre e-mailurile trimise la birou sunt citite în șase secunde din momentul în care ajung. Șase secunde înseamnă mai puțin timp decât v-a luat să citiți până acum acest paragraf, dar este suficient de mult pentru ca angajatul obișnuit să întrerupă orice făcea pentru a-și deschide programul de e-mail și să acceseze e-mailul primit. Această acțiune distrage teribil: conform unei estimări, sunt necesare 25 de minute pentru a ne

adânci din nou într-o sarcină întreruptă. Dacă ar fi să deschideți doar 25 de e-mailuri pe zi, fie și distribuite echilibrat de-a lungul zilei, practic nu veți atinge deloc productivitatea maximă.

Soluția este să dezactivăm notificările pentru mesajele noi și să verificăm rar contul de e-mail, dar cei mai mulți oameni nu interacționează așa cu e-mailul. Mulți dintre noi urmăresc obiectivul necruțător de a avea zero mesaje necitite în căsuța electronică, ceea ce impune să procesați și să arhivați absolut fiecare e-mail imediat ce ajunge. Și, așa cum scria Chuck Klosterman în *New York Times*, e-mailurile sunt ca niște zombi: le tot omori și ele tot continuă să apară. Conceptul de zero mesaje explică și de ce își petrec angajații un sfert din zilele de lucru cu gestionarea e-mailurilor și de ce își verifică, în medie, conturile de 36 de ori în fiecare oră. Într-un studiu, cercetătorii au descoperit că 45% dintre participanți asociau e-mailul cu „o pierdere a controlului". Și vorbim despre un mijloc de comunicare care abia dacă exista până la începutul secolului XXI.

În 2012 trei cercetători au vrut să investigheze ce se întâmplă atunci când angajații dintr-un birou sunt împiedicați să folosească e-mailul câteva zile, dar s-au chinuit să găsească voluntari. Aceștia au abordat zeci de angajați cu joburi de birou de la o bază militară de pe Coasta de Est, dar numai treisprezece au fost dispuși să participe la studiu. Imensa majoritate a celor care au refuzat au explicat că nu ar fi putut suporta durerea aferentă parcurgerii a sute de e-mailuri necitite în momentul în care studiul s-ar încheia. Zero mesaje nu rămân așa niciodată; lucrurile doar se agravează pe măsură ce te străduiești să le ignori.

Cercetătorii i-au monitorizat pe cei treisprezece voluntari opt zile în total: trei zile în care au folosit e-mailul așa cum o făceau de obicei și apoi cinci zile în care s-au abținut complet

să folosească e-mailul.[64] La început voluntarii s-au simțit deconectați de colegii lor de muncă, dar nu le-a luat mult până când să înceapă să se plimbe prin birou și să folosească telefoanele fixe de pe birourile lor. De asemenea, au ieșit mai des din birou, petrecând de trei ori mai mult timp afară atunci când li s-a interzis să folosească e-mailurile. Se pare că e-mailul îi ținea încătușați în birouri. S-au dovedit a fi și lucrători mai buni, comutând între sarcini de două ori mai rar și alocând mai mult timp fiecărei sarcini, fără să fie distrași.

Totuși, cel mai important aspect, erau mai sănătoși. Atunci când își verificau e-mailul erau într-o stare constantă de alertă iminentă; fără e-mail au înregistrat valori mai variate ale pulsului, crescând odată cu scurtele valuri de stres, dar scăzând înapoi atunci când dispăreau stimulii stresanți. Cu e-mailul erau mereu în stare de maximă alertă.

În afară de misiunea celor zero mesaje necitite, internetul a facilitat și descoperirea accidentală de noi scopuri. Chiar și cu numai 25 de ani în urmă obiectivele erau mai izolate decât sunt astăzi. Pe când aveam 7 ani, familia mea s-a mutat din Johannesburg, Africa de Sud, în Sidney, Australia. Două luni mai târziu, bunica mea a venit în vizită din Africa de Sud ca să ne ajute să ne instalăm. Ca întotdeauna, ne-a adus cadouri, iar unul dintre acele daruri a fost ediția din 1988 a *Guinness Book of World Records**. Am desfăcut entuziasmat ambalajul și ea m-a îndrumat spre o secțiune numită „Superlative umane". Acolo, pe pagina din stânga, era o poză cu Robert Pershing Wadlow, cel mai înalt bărbat al tuturor timpurilor. Înălțimea maximă la care a ajuns Wadlow a fost 2,71 m (8 picioare și 11,1 inci). „L-am întâlnit pe acest bărbat când a vizitat Africa de Sud", mi-a spus bunica. „Eram o copilă, dar îmi amintesc cum

* *Cartea recordurilor mondiale Guinness* (n.t.).

stăteam lângă el în timp ce el se uita în jos și zâmbea." Am fost vrăjit. Am citit cartea iar și iar. Am memorat mărimea la pantofii pe care îi purta Wadlow (37AA), greutatea celui mai gras om din lume (645 kg) și cel mai mare număr de fulgere în urma cărora a supraviețuit un individ (șapte, suportate de un pădurar numit Roy Sullivan). Recordurile erau exotice și îndepărtate, motiv pentru care mi s-au și părut atât de fascinante.

Astăzi recordurile și obiectivele sunt peste tot și oricine poate participa la acțiunea de a stabili un record – unul dintre simptomele epocii informației. Pe prima pagină a site-ului Guinness Book este un buton care invită orice vizitator să stabilească un nou record. Dacă accesezi linkul vei vedea chipurile zâmbitoare și piepturile medaliate ale celor mai proaspeți deținători de recorduri. Gunnar Garford și Adrian Butterworth au vizitat cinci continente într-o zi calendaristică. Hiroyuki Yoshida și Sandra Smith s-au căsătorit la 130 de metri sub apă. Steve Chalke a strâns milioane de lire pentru acțiuni de binefacere participând la maratoane, mai mult decât oricine altcineva din istorie. Și tot așa. Nu a mai fost niciodată la fel de ușor să născocești un obiectiv – și, destul de mult în defavoarea noastră, suntem seduși de un drum complicat prin dispozitive care sunt menite să ne simplifice viețile.

Katherine Schreiber și Leslie Sim sunt experte în dependența de activități fizice și ele cred că progresele tehnologice încurajează monitorizarea obsesivă a obiectivelor.[65] Schreiber și Sim urăsc dispozitivele menite să fie purtate. „Sunt cel mai rău lucru", spune Schreiber. „Cel mai stupid lucru din lume", spune Sim. Schreiber a scris mult despre dependența de exerciții fizice, iar Sim este psiholog clinician la Clinica Mayo, specializată pe copii și adolescenți. Mulți

dintre pacienții adolescenți ai lui Sim suferă și de tulburări de alimentație, și de tulburări legate de activitățile fizice, iar cele două tind să se asocieze.

Tehnologia-*accesoriu* este un termen generic care se referă la îmbrăcăminte și accesorii cu funcții electronice bazate pe calculator. Site-uri ca cel al Recordurilor mondiale Guinness au făcut ca obiectivele să devină mai evidente, dar nu se compară cu dispozitivele-accesoriu. Schreiber și Sim au criticat în mod special ceasurile și monitoarele care le arată celor care le poartă statistici de fitness actualizate instant. Multe dintre aceste dispozitive fie stabilesc pentru voi obiective sau vă solicită să vi le numiți pe ale voastre. Reperul perfect este reprezentat de pragurile de pași sau numărul de pași pe care îi face în fiecare zi cel care poartă dispozitivul. Când îți atingi scopul – de exemplu zece mii de pași – dispozitivul emite un sunet drept recompensă. Am văzut cum răspund la acel sunet prietenii mei și membri ai familiei și e dificil să nu te gândești la câinele lui Pavlov.

Schreiber și Sim recunosc amândouă că ceasurile inteligente și dispozitivele de monitorizare a activității fizice probabil că i-au inspirat pe cei sedentari să înceapă să facă mișcare și i-au încurajat pe cei care nu sunt foarte activi să facă mișcare mai consecvent. Dar în calitatea lor de experți în dependență, ele erau convinse că dispozitivele sunt în același timp și destul de periculoase. Schreiber a explicat că „faptul că te concentrezi pe numere te scindează de la a fi în armonie cu trupul tău. Activitatea fizică își pierde substanța, ceea ce reprezintă «obiectivul» dependenței". Acest „scop" pe care ea l-a menționat între ghilimele este un fel de inconștiență automată, o delegare a procesului de luare a deciziilor către un dispozitiv. Recent a suferit o fractură la un picior pentru că a refuzat să își asculte corpul suprasolicitat și în schimb a

continuat să alerge către o țintă oarecare impusă de antrenament. Schreiber a suferit din cauza tendințelor spre dependența de activități fizice și a jurat să nu mai folosească tehnologii-le-accesoriu atunci când face mișcare.

Eu folosesc un ceas care îmi monitorizează activitatea atunci când alerg în aer liber și detest să mă opresc înainte să ating un număr rotund prestabilit de kilometri. Uneori ceasul nu funcționează, iar acele sesiuni de alergat, independente de cifre, sunt întotdeauna preferatele mele. Într-un articol din *New Yorker*, umoristul David Sedaris descria cum i-a schimbat viața faptul că deține un dispozitiv Fitbit.

> În timpul primelor săptămâni în care l-am avut mă întorceam la hotel la sfârșitul zilei, iar când descopeream că făcusem, să zicem, doisprezece mii de pași, ieșeam și mai făceam încă trei mii.
>
> „Dar de ce?", mă întreba Hugh [soțul meu] atunci când îi spuneam asta. „De ce nu sunt suficienți doisprezece mii de pași?"
>
> „Pentru că", i-am spus eu, „Fitbit-ul meu crede că pot mai mult."
>
> Mă gândesc la acele vremuri și râd – cincisprezece mii de pași. Ha! Asta înseamnă doar vreo unsprezece kilometri! Nu e rău dacă ești într-o călătorie de afaceri sau dacă abia te acomodezi cu o nouă proteză de picior.

Numerele bătătoresc calea spre obsesie. „Când vorbim despre activitatea fizică, totul poate fi măsurat", spune Sim. „Câte calorii arzi; câte ture alergi; cât de repede te miști; câte serii faci; câți pași faci. Și dacă mergi, să zicem, trei kilometri astăzi, nu vei dori să mergi mai puțin de atât. Devine oarecum compulsiv." Mulți dintre pacienții lui Sim resimt această nevoie constantă să verifice. Un pușt de zece ani care a trecut prin clinica ei din Minneapolis era cunoscut pentru că era un alergător rapid și se mândrea cu viteza lui. Cea mai mare grijă a sa

era că ar putea să devină mai lent, așa că își verifica tot timpul dispozitivul și se mișca mereu. „Își înnebunea părinții. Când au venit la Minneapolis pentru evaluare a ținut treaz întregul hotel pe timpul nopții. Au primit reclamații pentru că alerga prin cameră."

Pacientul lui Sim avea în mod evident o problemă psihologică, dar de fapt cei mai mulți oameni devin obsesivi atunci când se concentrează pe numere. „Număratul de pași și de calorii nu ne ajută cu adevărat să slăbim; doar ne face să fim mai compulsivi. Devenim mai puțin intuitivi în raport cu activitatea noastră fizică și nutriție." Chiar dacă ești obosit și simți că ai nevoie să te odihnești, vei continua să te plimbi sau să alergi până când ajungi la acel obiectiv definit printr-un număr arbitrar. Schreiber a fost de acord. Pentru ea, remușcările resimțite atunci când nu face mișcare seamănă mult cu dragostea. „Atunci când nu ești cu partenerul tău sau cu cel de care te-ai îndrăgostit, tânjești să fii cu acea persoană." Morala este că e sănătos să faci obiectivele mai dificil de măsurat, dar și că este periculos să ai dispozitive care monitorizează totul, de la puls la numărul de pași făcuți într-o zi.

Idila lui Schreiber cu alergarea nu este neobișnuită. În anul 2000, Marylanders Dawn și John Strumsky au fondat USRSA (United States Running Streak Association).[66] Asociația îi celebrează pe alergătorii care nu au ratat nicio zi de alergare ani întregi. („Alergarea" presupune să călătorești cel puțin doi kilometri fără ajutorul cârjelor sau al unui băț.) Este un grup foarte priceput la încurajări, reprezentativ pentru organizațiile de alergători concentrate pe comunitate. USRSA include un amestec divers de alergători – tineri și bătrâni, bărbați și femei, de elită și neinteresați de competiții – toți având în comun dorința de a alerga în fiecare zi, fără excepție. Asociația publică un raport la fiecare trei luni, care celebrează pragurile.

Aleargă 35 de ani fără oprire și devii un Mare Maestru; 40 de ani și devii o Legendă. Dacă ajungi la 45 de ani, te numești un Covert, după Mark Covert, care s-a retras în 2013, în momentul în care a devenit prima persoană care să atingă pragul de 45 de ani.

Așa cum vă închipuiți, mulți dintre alergătorii din asociație au perseverat, în ciuda unor condiții aproape imposibile. Atunci când Gaby Cohen a aflat cu câțiva ani în urmă că trebuia să facă o operație de cezariană, aceasta a căutat o baie privată în spital și a alergat pe loc timp de douăsprezece minute. Cohen a trecut de pragul de 22 de ani în noiembrie 2014. (Seria neîntreruptă a lui Cohen este impresionantă, dar un bărbat de 63 de ani din California, Jon Sutherland, deține recordul american cu 46 de ani și încă nu s-a oprit.) În 2004, când uraganul Frances a trecut de-a dreptul prin orașul lui David Walberg, acesta a așteptat până când s-a mai liniștit puțin vântul înainte să bifeze o alergare de doi kilometri. Seria neîntreruptă a lui Walberg a ajuns la 31 de ani. Alți alergători fug pe holurile aeroporturilor atunci când le sunt anulate zborurile și perseverează, în ciuda bolilor istovitoare și a accidentărilor. Orice, pentru a menține seria neîntreruptă.

Mai e ceva subtil la aceste serii. Pentru că impun activități repetate, fără pauze, devin mai valoroase pe parcursul timpului. O serie de două săptămâni nu e cine știe ce realizare care trebuie apărată, dar chiar și alergătorii relaxați se zbat să păstreze neîntrerupte seriile care au trecut de pragul de un an, alergând chiar și cu o gleznă luxată sau răpuși fiind de gripă. Robert Kraft, un alergător de 64 de ani din Miami a atins recent pragul de 40 de ani. Kraft se forțează, în ciuda artritei, o afecțiune dureroasă care îi afectează coloana vertebrală, și în ciuda unui disc deplasat. Fiecare alergare este dureroasă pentru Kraft, dar nu se pune problema să rateze vreo zi. Așa

ceva e periculos și inclusiv site-ul asociației include acum un avertisment scris de fondatorul John Strumsky, care îi imploră pe membri „să se odihnească și să se recupereze, pentru a evita rănile". Pentru cei mai mulți alergători asta presupune o zi de odihnă, dar pentru alergătorii în serie se referă la o zi cu alergare ușoară. Pentru mulți oameni, cel mai mare preț pe care îl au de plătit pentru a susține o serie este de natură psihologică. După acumularea unei serii de 131 de zile, Michelle Fritz și-a dat seama că seria „devenea un idol". Nu avea timp pentru soț și copii, așa că a hotărât să sară peste o zi. „Chiar m-am simțit mai bine după ce am încheiat seria", își amintea ea, deși acum are deja 100 de zile de când menține o nouă serie neîntreruptă. Se pare că obiectivele vechi mor greu.

Seriile dezvăluie uriașul neajuns al concentrării pe obiective: petreci mult mai mult timp cu urmărirea scopului decât o faci cu savurarea roadelor succesului obținut. Chiar dacă ai parte de o reușită, succesul este de scurtă durată. Scriind pentru publicația *Guardian*, expertul în comportament uman Oliver Burkeman explica:

> Atunci când abordezi viața de parcă ar fi un șir de praguri care trebuie atinse, trăiești „într-o stare aproape continuă de eșec". Prin definiție, aproape mereu nu ești în locul pe care l-ai definit ca fiind întruchiparea realizării sau succesului. Și dacă ar fi să ajungi acolo, vei descoperi că ai pierdut tocmai acel ceva care îți oferea sentimentul unui scop – așa că vei stabili un nou obictiv și o vei lua de la capăt.[67]

Burkeman îl cita pe Scott Adams, caricaturistul și creatorul benzilor desenate *Dilbert*, cel care blama urmărirea scopurilor în cartea lui intitulată *How to Fail at Almost Everything and Still*

Win Big[*]. Adams promova o alternativă: în loc să ai obiective, trăiește-ți viața în funcție de sisteme. Un sistem este „ceva ce faci cu regularitate și care îți crește șansele de a fi fericit pe termen lung". Pentru un caricaturist s-ar putea să fie desenarea unei caricaturi în fiecare zi; pentru un scriitor, scrierea a 500 de cuvinte în fiecare zi. Spre deosebire de scopuri, sistemele se asociază cu un flux mai stabil de maxime de mică intensitate. Sunt linii de orientare pentru o viață împlinită, zi de zi, în loc să sugereze imaginea unui scop final măreț, fără instrucțiuni despre cum se poate ajunge la el.

Sistemele sunt la polul opus obiectivelor de tipul „adună o mie de urmăritori pe Instagram", care nu au decât rolul unor indicatori ai eșecului. Atunci când îți atingi scopul, unul nou apare în locul lui - acum pare o țintă potrivită să faci rost de două mii de urmăritori pe Instagram. Poate că obiectivul definitoriu al vremurilor noastre este acumularea unei anumite sume de bani. Acea sumă este mică la început, dar crește de-a lungul timpului. În 2014, un fost broker de pe Wall Street, Sam Polk, a publicat un editorial deschis în *New York Times* cu titlul „Pentru dragostea de bani".[68] Polk explica faptul că, la început, obiectivul lui fusese modest, iar apoi a crescut în ritm alert și repetat. „Trecusem de la a fi încântat de primul meu bonus - 40 000 de dolari - la dezamăgire când, în al doilea an petrecut la fondul de investiții, am fost plătit cu «numai» 1,5 milioane." Unii dintre șefii lui Polk erau miliardari, așa că și el își dorea un miliard de dolari. „Într-un birou de brokeraj toată lumea stă împreună, de la începători la directorii de top", a spus Polk. „Când tipul de lângă tine face zece milioane de dolari, atunci unul sau două milioane nu mai par așa grozave."

---

* Carte apărută la Editura Publica cu titlul *Cum să eșuezi la aproape orice și totuși să câștigi la scară mare*, traducere din engleză de Mihai Pecingine, București, 2014 (n.t.).

Polk descria principiul comparației sociale. Noi comparăm constant ce avem cu ce au alții, iar concluziile pe care le tragem depind de cine sunt acei oameni. Un bonus de 40 000 de dolari arată grozav când îți amintești că unii dintre prietenii tăi câștigă 40 000 de dolari pe an; dar dacă prietenii tăi sunt brokeri de top care câștigă 40 000 de dolari pe săptămână, vei fi dezamăgit. Oamenii sunt în mod implicit creatori de aspirații; ne uităm mai degrabă înainte decât înapoi, așa că, indiferent unde suntem, tindem să ne concentrăm pe cei care au mai mult. Această experiență generează un sentiment de pierdere, sau deprivare, în raport cu acei indivizi. De aceea Polk nu era niciodată fericit; indiferent cât câștiga, întotdeauna era cineva care câștiga mai mult. Oricât de ridicol s-ar putea să sune, chiar și miliardarii sunt săraci prin comparație cu multimiliardarii, așa că și ei simt usturimea privațiunii relative.

L-am întrebat pe Polk dacă experiența lui era una obișnuită. „Cred că are o incidență de mai mult de 90% atunci când vine vorba despre finanțe și cred că nu se aplică doar finanțelor." Polk mi-a amintit de o extragere Powerball recentă care a atras milioane de participanți care visau la un premiu colosal de 1,6 miliarde de dolari. Polk era convins că acest scop permanent, chiar și în rândul celor foarte bogați, reflecta o „lipsă de conexiune cu misiunea muncii tale în viață". Nu trebuie să ții socoteala în bani dacă ești cu adevărat profund motivat de ceea ce faci. Obiectivele funcționează ca substituții care te împing înainte atunci când sistemele zilnice care îți susțin viața nu te mai împlinesc. În acord cu Adams și Burkeman, Polk mi-a spus că secretul este să găsești ceva care îți oferă doze mici de feedback pozitiv. El crede și că dependența de bogăție este un fenomen relativ nou. În cartea pe care a publicat-o în 1989, *Liar's Poker*, Michael Lewis, el însuși un fost broker, a scris că în trecut brokerii credeau că au un rol social. Ei sponsorizau

proiecte importante și se asigurau că banii circulau de unde erau spre locuri în care puteau fi mai utili. A sprijinit construcțiile de clădiri și industria și a generat mii de locuri de muncă. Dar acea iluzie a dispărut, spune Polk, pe măsură ce motivația intrinsecă s-a redus la câștigul personal. În 2010 Polk a părăsit Wall Street și, în schimb, a ales să scrie o carte și să pună bazele unei organizații alimentare non-profit numite *Groceryships*.

În cantități moderate, există o logică intuitivă în a stabili obiective personale, pentru că îți spune cum să îți cheltuiești resursele limitate de timp și energie. Dar astăzi scopurile vin singure peste noi, neinvitate. Fă-ți un cont pe o rețea socială și curând vei căuta să-ți faci prieteni și să primești Like-uri. Fă-ți un cont de e-mail și vei viza mereu să ai o căsuță poștală electronică fără mesaje necitite. Poartă un ceas pentru fitness și vei simți nevoia să faci în fiecare zi un anumit număr de pași. Joacă Candy Crush și vei simți nevoia să îți depășești actualul scor maxim. Dacă ceea ce urmărești se întâmplă să fie legat de timp sau numere – participarea la un maraton, să zicem, sau compararea salariului – obictivele se vor arăta sub forma unor nume rotunde și a comparațiilor sociale. S-ar putea să descoperi că vrei să alergi mai repede și să câștigi mai mult decât alții și să depășești anumite praguri naturale. Să termini un maraton în 4:01 va părea un eșec, la fel și un câștig de 99 500 de dolari. Aceste obiective se adună și alimentează obiceiuri care dau dependență și care aduc cu ele eșecuri sau, mai rău, succese repetate care generează noi și noi scopuri ambițioase.

5 | Feedback

Săptămâna trecută am intrat într-un lift de la etajul 18 al unei clădiri înalte de birouri din New York. Acolo am dat peste o femeie tânără care privea în jos jenată, spre creștetul copilului ei de câțiva anișori, în timp ce el se uita la mine cu un zâmbet strengăresc pe chip. Când m-am întors să apăs pe butonul pentru parter am văzut că toate butoanele fuseseră deja apăsate. Copiii iubesc să apese pe butoane, dar apasă pe *toate* doar atunci când butoanele se aprind. Oamenii au tendința să învețe de la o vârstă fragedă, iar învățarea presupune să primești cât mai mult feedback posibil din partea mediului înconjurător din imediata apropiere. Puștiul cu care eram în lift râdea, pentru că obținerea unei reacții – sub forma luminilor, a sunetelor sau a oricărei schimbări în starea lumii – este ceva extrem de plăcut.

Noi nu încetăm să căutăm să obținem reacții atunci când devenim adulți. În 2012, o agenție de publicitate din Belgia a conceput o campanie outdoor care s-a propagat rapid și în mediul online.[69] Agenția, Duval Guillaume Modem, încerca să convingă publicul belgian că postul TV TNT avea în grilă emisiuni care erau pline de aventură. Producătorii campaniei au amplasat un buton mare și roșu pe un piedestal, într-o piață liniștită dintr-un oraș amorțit din Flandra. O săgeată uriașă atârna deasupra butonului cu o singură instrucțiune: *Apasă pentru un plus de acțiune*. Campania a funcționat de minune, pentru că butoanele, chiar și cele din piețe flamande liniștite, imploră să fie apăsate. (Semnul a fost un detaliu drăguț, dar

nu și necesar – pe măsură ce crește curiozitatea, în cele din urmă oamenii vor apăsa pe un buton misterios chiar dacă nu este etichetat.) Câțiva adulți au privit timid butonul înainte ca alte suflete mai curajoase să facă următorul pas și să apese. Se poate vedea sclipirea din ochii fiecăruia pe măsură ce se apropie de buton – aceeași sclipire care fusese și în ochii puștiului din liftul meu, chiar înainte ca mâna lui mică să înceapă să se plimbe peste tot panoul cu butoane. (Videoclipul de pe YouTube cu reclama are mai mult de 50 de milioane de accesări. Așa cum promisese săgeata, reacțiilor nu le-a lipsit dramatismul, aducând în prim-plan medici de pe ambulanță bulversați, o bătaie, o femeie îmbrăcată în costum de baie călare pe o motocicletă și o ceartă zgomotoasă.)

Butonul din Flandra promitea o recompensă, dar oamenii vor apăsa și pe butoane care nu le promit nimic. Așa s-a întâmplat când cei de la Reddit au făcut o farsă de 1 aprilie în 2015.[70] Reddit, care și-a sărbătorit cea de-a zecea aniversare în 2015, este în prezent al 30-lea cel mai accesat site de pe internet și se bucură de mai mult trafic decât Pinterest și mai puțin decât Instagram. Găzduiește o colecție pestriță de pagini dedicate știrilor, divertismentului și rețelelor sociale. Utilizatorii apreciază unele postări apăsând pe săgeata care indică în sus și pe altele le penalizează prin apăsarea săgeții cu vârful în jos. Fiecare postare are un scor dinamic care scade și crește pe măsură ce utilizatorii îi acordă aceste voturi pozitive și negative*. Ca să vă dați seama cam cât de haios e Reddit în abordare, aflați că una dintre postările care a primit vreodată cele mai multe voturi pozitive are titlul „Waterboardingul în Golful Guantanamo sună demențial, dacă nu știi ce înseamnă nici unul, nici celălalt". Pe 1 aprilie 2015 Reddit le-a făcut o farsă

* În original *upvote* și *downvote* (n.t.).

celor 35 de milioane de utilizatori înregistrați pe care îi avea. Unul dintre administratorii site-ului a prezentat farsa printr-un anunț publicat pe blogul Reddit:

butonul
Publicat de administratorii reddit la 9:00
0 points
Etichete: activează, susține, micșorează, efectuează, apasă, strânge
reddit,
Când acest articol va fi fost publicat de 10 minute, pe pagina /r/thebutton se vor activa un buton și un cronometru. Cronometrul va începe de la 60 de secunde și va contoriza descendent până la zero. Dacă se va apăsa butonul, cronometrul o va lua de la început, de la 60, și va continua să scadă. Doar utilizatorii autentificați pe conturi făcute înainte de 01.04.2015 pot apăsa butonul.
Aveți voie să apăsați pe buton o singură dată.
De aici încolo nu vă mai putem spune ce să faceți. Alegerea vă aparține.
vizitați /r/thebutton

Mecanismul după care funcționa butonul era simplu: un contor poziționat lângă buton descrește de la 60 la 0. De fiecare dată când un utilizator apăsa pe buton contorul revenea la 60 de secunde și începea din nou să scadă. Utilizatorii puteau să apese pe buton o singură dată, așa că, în cele din urmă, contorul tot urma să ajungă la zero. (Chiar dacă fiecare dintre utilizatorii Reddit ar fi apăsat pe buton exact înainte ca acel cronometru să ajungă la zero, contorul ar fi ajuns până la urmă la zero după 60 de ani.)

La început o mulțime de utilizatori au intrat pe pagină și, aproape fără excepție, au apăsat pe buton la puțin timp după

ce s-au scurs cele 60 de secunde inițiale. Acești utilizatori au primit o mică insignă mov, lângă numele lor de utilizator, alături de un număr care arăta câte secunde rămăseseră până la zero în momentul în care apăsaseră pe buton. Utilizatorii care erau ușor de mulțumit aveau embleme mov cu „59 de secunde" – un număr care sugera că utilizatorul era nerăbdător. Butonul nu părea să facă mare lucru, cu excepția faptului că făcea ca insigna să devină mov, așa că nu era clar de ce unii dintre utilizatori stăteau treji toată noaptea, așteptând o valoare mai mică a contorului. Atât de mare era atracția butonului – la fel ca butoanele din lifturi pentru copii – încât erau dispuși să renunțe la somn pentru șansa de a apăsa pe buton la un număr mic.

Interesul față de campanie a crescut rapid. Utilizatorii care încă nu apăsaseră pe buton aveau embleme gri și mulți dintre ei îi sfătuiau pe alți utilizatori cu insigne gri ca ei să intre în tabăra „Nu apăsa!". Aceștia se gândeau că, dacă suficient de mulți oameni refuzau să apese pe buton, contorul va ajunge la zero mai repede, iar rezultatul campaniei se va dezvălui mai rapid. Dar sute de mii de utilizatori nu puteau să se abțină să nu apese, iar contorul scădea foarte încet. Pe 2 aprilie cronometrul ajunsese prima dată la 50 de secunde, iar utilizatorul care a apăsat pe buton a primit o insignă albastră. Toți utilizatorii care au apăsat pe buton când contorul ajungea sub 51 de secunde au primit o emblemă albastră, nu mov. Utilizatorii au învățat rapid că recompensa pentru apăsarea butonului cu fiecare zece secunde mai târziu înseamnă o altă culoare pentru insignă – poate că nu era o recompensă uriașă, dar utilizatorii s-au adunat în tabere în funcție de culoarea insignelor, iar cei care apăsaseră mai târziu își purtau emblemele cu mare mândrie. Iată o listă completă cu intervalul în care contorul a reușit să ajungă la fiecare culoare de insignă și cât de mulți utilizatori au obținut-o pe fiecare:

Culoarea insignei	Intervalul în care se activa insigna	Procentul celor care au obținut această insignă	Când a fost câștigată insigna prima dată
Mov	52–60 secunde	58	1 aprilie
Albastru	42–51 secunde	18	2 aprilie
Verde	32–41 secunde	8	4 aprilie
Galben	22–31 secunde	6	10 aprilie
Portocaliu	12–21 secunde	4	18 aprilie
Roșu	Sub 11 secunde	6	24 aprilie
Mov (din nou)	Ultimul care a apăsat	Un utilizator: *BigGoron*	18 mai

Pe măsură ce se dezvăluiau culorile, un utilizator Reddit cu numele Goombac a realizat imagini reprezentative pentru fiecare tabără și le-a botezat cu nume ca Ilămâiații (pentru galben, desigur), Consiliul de Smarald și Pazaroșie*. La 48 de zile după ce începuse farsa, butonul era apăsat pentru ultima dată de BigGoron. După ce a apăsat el, contorul a ajuns la zero. Reddit l-a preaslăvit pe Mesiapăsătorul**, iar utilizatorii l-au bombardat cu întrebări. Cum de el așteptase când atât de mulți alții dinaintea lui eșuaseră? (El observase că acel cronometru ajunsese la o secundă de mai multe ori, așa că a început să urmărească și să aștepte.) Ce urmează? („Eu susțin pacea – vă rog să lăsați să se încheie cruciadele.") În cele din urmă, când contorul a ajuns la zero, nu s-a întâmplat nimic. Utilizatorii se împărțiseră în tabere în funcție de culoare, își găsiseră Mesiapăsătorul și apoi s-au întors încet la viețile lor, pe măsură ce taberele s-au dizolvat.

Dacă toate acestea vi se par frivole, așa ar și trebui – iată milioane de oameni legați de soarta unui buton care nu făcea

---

* În original „The Illemonati", „The Emerald Council" și „The Redguard" (n.t.).

** În original „Pressiah" – joc de cuvinte între *press* („a apăsa [butonul]") și *Messiah* (Mesia) (n.t.).

nimic. Forța feedbackului este atât de mare încât oamenii vor sta online săptămâni la rând, așteptând să afle ce se va întâmpla dacă se abțin timp de 60 de secunde să nu apese pe un buton virtual.

În 1971, psihologul Michael Zeiler se afla în laboratorul său, față în față cu trei porumbei flămânzi din rasa White Carneaux.[71] Păsările păreau să fie mai degrabă turturele albe elegante decât banali porumbei gri, care mâncau bine și învățau repede. La acel moment, mulți psihologi încercau să înțeleagă cum reacționează animalele la diferite forme de feedback. Cea mai mare parte a lucrărilor se concentra pe șoricei și porumbei, pentru că aceștia erau mai puțin complicați și mai răbdători decât oamenii, însă programul de cercetare era amplu. Putea comportamentul animalelor inferioare să le arate guvernelor cum ar putea să încurajeze acte caritabile și să descurajeze infracțiunile? Puteau antreprenorii să îi ajute pe muncitorii suprasolicitați din producție să descopere noi semnificații în spatele muncii lor? Puteau părinții să învețe cum să modeleze copii perfecți?

Înainte să poată schimba lumea, Zeiler trebuia să își dea seama care era cea mai bună cale de administrare a recompenselor. Una dintre opțiuni era să recompenseze fiecare comportament dezirabil, la fel cum unii dintre muncitorii din fabrici sunt recompensați pentru fiecare componentă pe care o asamblează. O altă variantă era să premieze aceleași comportamente dezirabile, dar în mod imprevizibil, în așa fel încât să aducă puțin din suspansul care îi face pe oameni să cumpere bilete la loterie. Porumbeii fuseseră crescuți în laborator, așa că știau cum funcționează lucrurile. Fiecare se îndrepta spre un mic buton și îl apăsa insistent cu ciocul, sperând că va

elibera o porție de granule Purina. Porumbeilor le era foame, așa că granulele erau ca mana cerească. În timpul anumitor probe, Zeiler programa butonul în așa fel încât să elibereze mâncare de fiecare dată când porumbeii dădeau cu ciocul; în timpul altora a programat butonul de așa natură încât să ofere mâncarea doar uneori. Așa că uneori porumbeii dădeau cu ciocul degeaba, butonul se aprindea, dar ei nu se alegeau cu nimic - doar cu o doză de frustrare.

Când am aflat prima dată de cercetarea lui Zeiler, m-am gândit că cel mai bine va funcționa programul consecvent. Dacă butonul nu prezice în mod exact sosirea mâncării, atunci motivația porumbelului pentru a apăsa cu ciocul ar trebui să scadă, la fel cum și motivația unui muncitor dintr-o fabrică s-ar diminua dacă ar fi plătit numai pentru o parte din componentele pe care le asamblează. Dar nu a fost deloc așa. Asemenea unor mici pariori înaripați, porumbeii dădeau cu ciocul în buton cu mai multă îndârjire atunci când primeau mâncarea în doar 50-70% din timp. (Atunci când Zeiler programa butonul să ofere mâncare doar o dată la zece apăsări, porumbeii dezamăgiți nu mai reacționau deloc.) Rezultatele nici măcar nu se comparau: porumbeii loveau aproape de două ori mai frecvent atunci când recompensa nu era garantată. Creierele lor, așa cum s-a dovedit în cele din urmă, eliberau mult mai multă dopamină atunci când recompensa era neașteptată decât atunci când era previzibilă. Zeiler documentase un aspect important referitor la feedbackul pozitiv: mai puțin înseamnă adesea mai mult. Porumbeii lui erau atrași de misterul feedbackului mixt, la fel cum și oamenii sunt atrași de incertitudinea jocurilor de noroc.

La 37 de ani după ce Zeiler și-a publicat rezultatele, o echipă de programatori angajați la Facebook se pregătea să dezlănțuie un experiment similar despre feedback,

experiment făcut pe milioane de oameni. Facebook are puterea să facă experimente pe oameni la o scară fără precedent. Site-ul avea deja la momentul respectiv 200 de milioane de utilizatori – număr care urma să se tripleze pe parcursul următorilor trei ani. Experimentul s-a întruchipat într-o funcție nouă, înșelător de simplă – butonul de „like". Oricine a folosit Facebook știe cum funcționează butonul: în loc să te întrebi ce cred alții despre pozele și actualizările pe care le postezi, primești feedback în timp real pe măsură ce aceștia apasă (sau nu) pe micul buton cu opozabilul ridicat, colorat în albastru și alb și poziționat sub orice postare. (De atunci Facebook a adăugat și alte butoane de feedback, așa că puteți să comunicați și emoții mai complexe decât simpla apreciere.)

Ar fi dificil de exagerat cât de mult a schimbat butonul de „like" psihologia utilizării Facebook.[72] Ceea ce începuse ca o modalitate pasivă de a rămâne la curent cu viețile prietenilor era acum ceva profund interactiv și cu exact acel tip de feedback imprevizibil care îi motivase pe porumbeii lui Zeiler. Utilizatorii jucau la noroc de fiecare dată când distribuiau o poză, un link sau o actualizare a stării. O postare cu zero aprecieri nu era dureroasă doar la nivel personal, ci și un fel de oprobriu public: fie nu aveai suficient de mulți prieteni online sau, mai rău, prietenii tăi online nu fuseseră impresionați. La fel ca porumbeii, suntem mai motivați să căutăm feedback atunci când nu este garantat. Facebook a fost primul vector important din lumea rețelelor sociale care a adăugat butonul de „like", dar celelalte site-uri au și ele acum funcții similare. Poți aprecia și da mai departe tweeturi pe Twitter, fotografii pe Instagram, postări pe Google+, editoriale pe LinkedIn și videoclipuri pe YouTube.

Acțiunea de apreciere a devenit astfel subiectul dezbaterilor referitoare la etichetă. Ce însemna să te abții de la a da

„like" la postarea unui prieten? Dacă apreciai fiecare a treia postare însemna asta în mod implicit că erai împotriva celorlalte? Aprecierile au devenit o formă de bază de sprijin social – echivalentul online pentru a râde la gluma unui prieten în public. Aprecierile au devenit atât de valoroase încât au dus la apariția unui start-up numit *Lovematically*. Fondatorul aplicației, Rameet Chawla, a publicat această introducere pe prima pagină a site-ului său:[73]

> Este cocaina generației noastre. Oamenii sunt dependenți. Trecem prin sevraj. Suntem atât de motivați de acest drog, încât să obținem fie și o singură doză implică reacții cu adevărat bizare.
>
> Vorbesc despre „like"-uri.
>
> S-au transformat pe nesimțite în primul drog digital care ne domină cultura.

Lovematically a fost concepută să aprecieze fiecare imagine care apărea în fluxul de noutăți al utilizatorilor. Dacă aprecierile erau cocaina digitală, atunci utilizatorii aplicației Lovematically forțau pe piață drogul cu o reducere substanțială – gratis. Nici măcar nu mai era necesar să îi impresioneze; orice postare veche era suficient de bună pentru un „like". La început, timp de trei luni experimentale, Chawla a fost singurul utilizator al aplicației. În acea perioadă el a apreciat automat fiecare postare din fluxul său de noutăți și, pe lângă faptul că s-a bucurat de căldura firească pe care o primesc cei care împart bună dispoziție, a descoperit și că oamenii răspundeau cu reciprocitate. Îi apreciau mai multe dintre fotografii și atrăgea, în medie, 30 de noi urmăritori în fiecare zi, ceea ce a dus la un cuantum de aproape 3 000 în acea perioadă de probă. De Valentine's Day în 2014 Chawla a permis unui număr de 5 000 de utilizatori de Instagram să instaleze

o versiune beta* a aplicației. După doar două ore Instagram a blocat Lovematically, pentru că nu respectase condițiile de utilizare ale rețelei.

„Știam cu mult înainte să o lansez că va fi închisă de Instagram", a spus Chawla. „Știi, folosind terminologia drogurilor, Instagram e dealer și eu sunt tipul nou pe piață care oferă drogul gratis." Totuși Chawla a fost surprins că s-a întâmplat atât de repede. Sperase la cel puțin o săptămână de funcționare, dar Instagram a reacționat imediat.

Când m-am mutat în 2004 în Statele Unite pentru școala postdoctorală, divertismentul online era limitat. Acestea erau vremurile de dinaintea platformelor Instagram, Twitter și YouTube, iar Facebook era folosit doar de studenții de la Harvard. Eu aveam un telefon Nokia ieftin care era indestructibil, dar primitiv, așa că accesul la internet era legat de camera mea de cămin. Într-o seară, după serviciu, am dat peste un joc care se numea Sign of the Zodiac (pe scurt, *Zodiac*) și care solicita foarte puțină energie cognitivă.[74] Zodiac era un joc online simplu, care semăna foarte mult cu jocurile de pe aparatele electronice cu fise din cazinouri: tu hotărai cât de mult să pariezi și apoi apăsai leneș pe un buton, iar și iar, uitându-te cum aparatul scuipă victorii și înfrângeri. La început jucam ca să mă deconectez de stresul zilelor lungi, pline de prea mult efort de gândire, dar m-a prins repede sunetul scurt care urma după fiecare câștig mic, alături de melodia mai lungă de după fiecare câștig mai consistent. În cele din urmă, imagini din joc aveau să mă distragă în timpul zilei. Îmi imaginam cinci scorpioni roz care se aliniau pentru cel mai mare pot al jocului,

---

* O versiune apropiată de stadiul final, dar încă în lucru și riguros verificată (n.a.).

după care urma cântecul victoriei, pe care mi-l amintesc și astăzi. Aveam o dependență comportamentală minoră și acestea erau componentele mahmurelii senzoriale cauzate de feedbackul aleatoriu, imprevizibil, aferent fiecărui câștig.

Dependența mea de Zodiac nu era neobișnuită. Natasha Dow Schüll, antropolog cultural, a studiat treisprezece ani pariorii și aparatele care îi captivează.[75] Următoarele descrieri ale automatelor de jocuri de noroc aparțin unor experți în jocuri de noroc și unor dependenți actuali și foști:

> Aparatele sunt cocaina jocurilor de noroc.
>
> Sunt morfină electronică.
>
> Reprezintă cea mai virulentă rădăcină a pariurilor din istoria omenirii.
>
> Aparatele cu fise sunt cel mai sofisticat dispozitiv de consumare a dependenței.

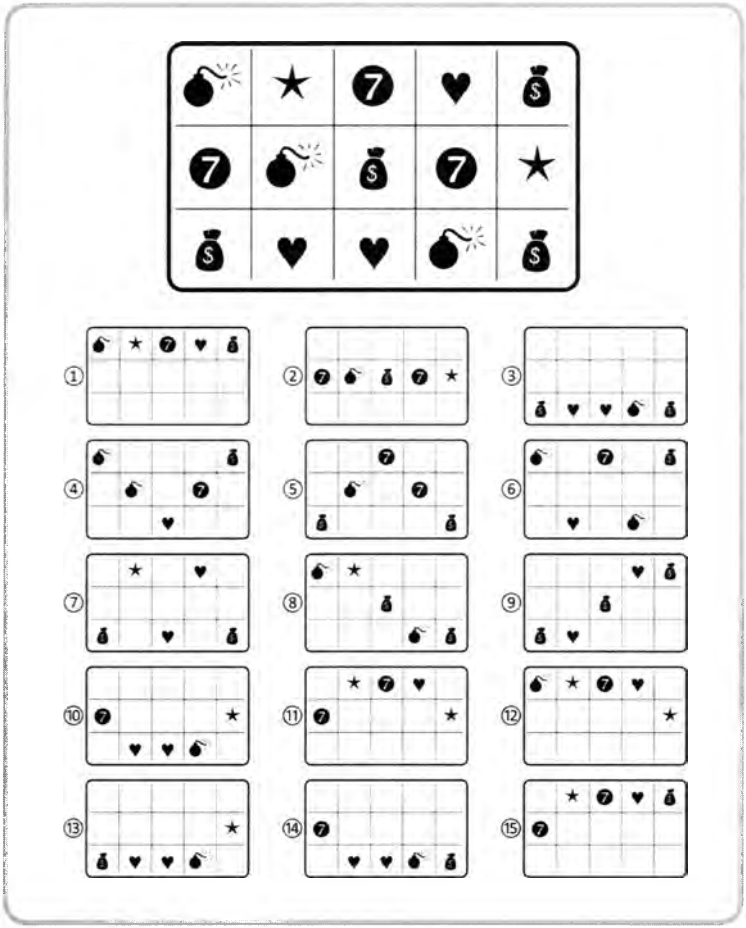
Acestea sunt descrieri hiperbolizate, dar surprind cu câtă ușurință sunt cuprinși oamenii de febra jocurilor de noroc electronice. Eu pot să înțeleg, pentru că am devenit dependent de un joc de noroc de acest fel, care nici măcar nu presupunea bani adevărați. Sunetul-recompensă al unui câștig după tăcerea câtorva pierderi era suficient pentru mine.

În Statele Unite, băncile nu au voie să umble cu profiturile din jocuri de noroc online, ceea ce face ca pariurile online să fie practic ilegale. Foarte puține companii sunt dispuse să se lupte cu sistemul, iar cele care fac asta sunt rapid învinse. Sună ca și cum ar fi un lucru bun, dar jocuri gratuite și legale ca Sign of the Zodiac sunt și ele periculoase. În cazinouri, lucrurile sunt de așa natură încât să nu fie deloc în favoarea jucătorului; în medie, casa trebuie să iasă în câștig. Dar casa nu trebuie să iasă pe plus într-un joc fără bani. Așa cum mi-a spus David

Goldhill, CEO al postului TV Game Show, care face și multe dintre jocurile online: „Pentru că nu suntem restricționați de obligația de a plăti câștiguri reale, putem oferi 120 de dolari pentru fiecare sută pariată. Niciun cazinou fizic nu ar putea să facă așa ceva mai mult de o săptămână fără să dea faliment". Așadar, jocul poate continua la nesfârșit, pentru că jucătorul nu rămâne niciodată fără fise. Eu am jucat Sign of the Zodiac patru ani și rareori a trebuit să încep un joc nou. Câștigam cam în 95% din timp. Jocul se termina doar atunci când trebuia să mănânc, să dorm sau să merg la cursuri dimineața. Și uneori nu se termina nici atunci.

Spre deosebire de jocurile gratuite, cazinourile câștigă în majoritatea timpului – dar au o modalitate abilă prin care îi conving pe pariori că rezultatele sunt invers. Primele aparate cu fise erau dispozitive incredibil de simple: jucătorul trăgea de brațul aparatului (de aici și expresia „hoț cu o singură mână*") pentru a pune în mișcare cele trei rotițe mecanice. Dacă centrul rotițelor afișa două sau mai multe imagini cu același simbol în momentul în care se opreau din învârtit, jucătorul câștiga un anumit număr de monede sau o anumită cantitate de credit. Astăzi, jocurile de noroc electronice le permit pariorilor să joace la mai multe linii, în unele cazuri până la câteva sute în același timp. De exemplu, aparatul de mai jos vă permite să jucați cincisprezece linii:

* În original *one-armed bandit* (n.t.).



Să zicem că aparatul are un tarif de zece cenți pe tură. Dacă vă hotărâți să jucați la toate cele cincisprezece linii, fiecare tură vă va costa 1,50 dolari. Practic jucați cincisprezece ture deodată în loc să lungiți experiența jucând câte o tură de cincisprezece ori. Cazinourile se bucură foarte mult pentru voi când jucați în acest fel: dacă e să vă învingă, o vor face de cincisprezece

ori mai repede. Dar de fiecare dată când jucați aveți de cincisprezece ori mai multe șanse să câștigați la cel puțin o linie, iar aparatul va sărbători cu voi, prin aprinderea aceleași lumini puternice și redarea aceleași melodii ușor de reținut. Acum imaginați-vă că jucați la toate cele cincisprezece linii, ceea ce vă costă 1,50 dolari, și una dintre liniile voastre afișează două bombe la rând, așa cum este mai sus, la poziția patru. Dacă două bombe înseamnă un câștig de zece credite, atunci primiți 1 dolar. Nu e rău – până când vă dați seama că efectul net al acelei ture înseamnă o pierdere de 50 de cenți (câștigul de 1 dolar minus costul de 1,50 dolari). Și totuși vă bucurați de feedbackul pozitiv aferent unei victorii – un tip de câștig pe care Schüll și alți experți în jocuri de noroc îl numesc „pierdere deghizată în câștig".

Psihologul Mike Dixon a analizat aceste pierderi deghizate.[76] Alături de câțiva colegi, s-a concentrat pe un joc numit Lucky Larry's Lobstermania (pe care l-am găsit online și l-am jucat trei ore în timp ce eu trebuia să lucrez de fapt la această carte – am fost norocos că legislația americană m-a obligat să joc versiunea gratuită). Lobstermania le permite jucătorilor să joace până la cincisprezece linii simultan. Jocul se bazează pe cinci rotițe, fiecare dintre ele cu câte trei simboluri vizibile, în total fiind posibile mai mult de 259 de milioane de rezultate posibile. Dixon și echipa lui au calculat că pariorii sunt mai predispuși să obțină o pierdere deghizată într-un câștig decât un câștig propriu-zis de fiecare dată când joacă la șase linii sau la mai multe pe tură.

Pierderile deghizate în câștiguri sunt importante doar pentru că jucătorii nu le privesc ca pierderi – ei le etichetează drept câștiguri. Dixon și echipa lui au conectat la electrozi un grup de pariori puțin experimentați și i-au urmărit în timp ce jucau Lobstermania. Le-a dat tuturor câte 10 dolari și le-a spus că

puteau să câștige până la 30 de dolari. Au jucat jumătate de oră și au pariat, în medie, pe 138 de ture. După fiecare tură un aparat înregistra schimbări minuscule, cum ar fi cât de mult transpirau participanții – un semnal care demonstra că evenimentul era semnificativ din punct de vedere emoțional. Lobstermania, asemenea multor jocuri de noroc moderne, este plin de semnale de încurajare. Pe fundal, cântecul antrenant al celor de la B-52, „Rock Lobster", se aude iar și iar la fiecare tură. Este înlocuit de liniște deplină după turele cu pierderi și versiuni mai zgomotoase și mai animate ale cântecului după victorii. Luminile strălucesc intermitent și clopoțeii sună la fel indiferent dacă tura se încheie cu un câștig autentic sau cu o pierdere deghizată în câștig. Participanții transpirau mai mult atunci când câștigau decât atunci când pierdeau – dar transpirau la fel de mult când pierderile erau deghizate în câștiguri ca atunci când câștigurile erau autentice. Aceasta este ceea ce face ca jocurile de noroc moderne – și cazinourile moderne – să fie atât de periculoase. La fel ca puștiul care apăsase pe fiecare buton din liftul meu, adulții nu depășesc faza în care se entuziasmează în fața luminilor și sunetelor atrăgătoare. Dacă propriile noastre creiere sunt convinse că am câștigat chiar și atunci când de fapt pierdem, cum am putea să ne adunăm și să ne concentrăm ca să ne abținem să mai jucăm?

După o serie de pierderi, chiar și cei mai înfocați jucători încep să își piardă interesul, unii mai rapid decât alții. Aceasta este o mare problemă pentru cazinouri, care își propun să își țină jucătorii în fața aparatelor cât de mult timp se poate. Ar fi mai ușor să se schimbe probabilitatea de câștig, în așa fel încât jucătorii să aibă șanse de câștig din ce în ce mai mari după o serie de pierderi, dar, din păcate pentru cazinouri, așa ceva este ilegal în Statele Unite. Probabilitatea de câștig trebuie să rămână constantă la fiecare tură, indiferent de rezultatele

anterioare. Natasha Dow Schüll mi-a povestit cum au găsit cazinourile câteva soluții creative. „Multe cazinouri folosesc «ambasadori ai norocului». Simt că te apropii de punctul critic – momentul în care te pregătești să pleci din cazinou – și trimit pe cineva să îți ofere un bonus." Aceste bonusuri înseamnă fie bonuri de masă, fie o băutură gratuită sau chiar bani cash ori credite pentru pariuri. Bonusurile sunt clasificate ca fiind mai degrabă tehnici de „marketing" decât o modalitate de a schimba probabilitatea de câștig, așa că organismele de reglementare se fac și ele că nu văd. După o nouă repriză de încurajări, jucătorii aveau tendința să înceapă să joace din nou, până când ajungeau la un nou punct critic după o serie de pierderi.

Totuși este costisitor să ții pe poziții zeci de ambasadori ai norocului, asta ca să nu mai vorbim despre costul unei echipe de analiști care să-i identifice pe jucătorii frustrați. John Acres, un bărbat care lucrează pe post de consultant pentru cazinouri, a propus o soluție creativă care se sustrăgea legilor din domeniu. Schüll mi-a explicat tehnica lui Acres. „Pe măsură ce joci, o mică parte din ceea ce pierzi se adună într-un pot, considerat potul bonus de marketing. Un algoritm din interiorul aparatului îți depistează punctele critice și știe din timp care va fi următorul rezultat." În mod normal, algoritmul asistă pasiv și lasă aparatul să afișeze un rezultat aleatoriu. Totuși acesta intervine în momentul în care un jucător ajunge într-un punct critic. „Dacă aparatul vede că, of, rezultatul ăla o să fie nasol", a spus Schüll, „în loc să afișeze linie, linie, cireașă, face *ding* și împinge cea de-a treia rotiță în așa fel încât să afișeze linie – un rezultat de câștig obținut din trei linii". Acele câștiguri sunt luate din „potul bonus de marketing", care s-a tot mărit în timp ce jucătorul a tot pierdut. În loc să se bazeze pe un ambasador uman al norocului, aparatul joacă el însuși acel rol. Schüll a observat numeroase tactici pline de viclenie de când

analizează cazinourile, dar pe aceasta o numește „șocantă". Când l-a întrebat pe Acres cum nu ar fi aceasta o „încălcare totală a legislației în vigoare menite să îi protejeze pe oameni tocmai de așa ceva", el i-a răspuns: „Ei bine, legile sunt făcute pentru a fi încălcate".

Succesul aparatelor cu jocuri de noroc electronice se măsoară prin „timp petrecut la dispozitiv". Cu cât stă mai mult jucătorul obișnuit în fața aparatului, cu atât e mai bun aparatul. Din moment ce majoritatea jucătorilor pierd mai mulți bani cu cât joacă mai mult, timpul petrecut la dispozitiv este o aproximare utilă a profitabilității. Creatorii de jocuri video folosesc o unitate de măsură similară care surprinde cât de interactive și plăcute sunt jocurile lor. Diferența dintre cazinouri și jocuri video este că mulți designeri sunt mai preocupați să-și facă jocurile distractive decât să facă grămezi de bani. Bennett Foddy, care predă design de jocuri la Centrul pentru jocuri de la Universitatea din New York a creat o serie de jocuri de succes, dar fiecare s-a născut mai degrabă din pasiune decât cu misiunea de a aduce bani.[77] Toate sunt disponibile pe site-ul lui, foddy.net, și, în afara faptului că atrag venituri limitate din publicitate, nu sunt o sursă de venituri semnificativă, în ciuda faptului că unele au ajuns la rang de cult.

„Jocurile video sunt guvernate de reguli microscopice", spune Foddy. „Atunci când cursorul ajunge deasupra unei anumite zone, va apărea un text sau se va auzi un sunet. Designerii folosesc acest fel de micro-feedback pentru a-i menține pe jucători mai implicați și mai prinși de microb." Un joc trebuie să se supună acestor reguli microscopice, pentru că este foarte probabil ca jucătorii să renunțe la un joc care nu oferă o doză stabilă de mici recompense cu semnificație, date fiind regulile jocului.

Acele recompense pot fi la fel de subtile ca un *ding* sau o lumină albă de fiecare dată când un personaj se mișcă într-o anumită zonă. „Aceste elemente de micro-feedback trebuie să apară aproape imediat după acțiune, pentru că, dacă există o asociere strânsă în timp între momentul în care acționez și cel în care se întâmplă ceva, atunci voi crede că eu am provocat acel ceva." La fel ca puștii care apasă pe butoanele din lifturi pentru a le vedea cum se aprind, jucătorii sunt motivați de sentimentul că au un efect asupra lumii. Elimină asta și îi vei pierde.

Jocul Candy Crush Saga este un exemplu de excepție.[78] La apogeu, în 2013, jocul genera venituri mai mari de 600 000 de dolari în fiecare zi. Până în prezent, creatorul său, King, a câștigat în jur de două miliarde și jumătate de dolari din joc. Undeva între jumătate de miliard și un miliard de oameni și-au instalat pe telefoanele mobile Candy Crush Saga, fie că l-au descărcat, fie că l-au accesat pe Facebook. Cei mai mulți dintre jucători sunt femei, ceea ce este neobișnuit pentru un astfel de succes fulminant. Este dificil de înțeles succesul uriaș al jocului atunci când vezi cât de simplu e. Jucătorii au ca obiectiv formarea de linii din câte trei sau mai multe bomboane de același fel prin mutarea lor la stânga, la dreapta, sus și jos. Bomboanele sunt „strivite" – dispar – în momentul în care se formează aceste linii omogene, iar bomboanele de deasupra lor cad și le iau locul. Jocul se termină când ecranul se umple cu bomboane care nu mai pot fi aranjate. Foddy mi-a spus că nu regulile au făcut ca jocul să fie un succes – ci *efectele speciale**.

Efectele speciale se referă la nivelul superficial de feedback, aflat peste regulile jocului. Nu este esențial pentru joc, dar este esențial pentru succesul jocului. Fără efecte speciale, același joc își pierde farmecul. Gândiți-vă că bomboanele ar fi

* În original, *juice* (n.t.).

înlocuite de cărămizi gri și nu ar mai exista niciuna dintre imaginile și niciunul dintre sunetele care fac jocul distractiv. „Designerii de jocuri fără experiență uită adesea să adauge efecte speciale", a spus Foddy. „Dacă un personaj din jocul tău aleargă prin iarbă, iarba ar trebui să se îndoaie în timp ce acesta fuge prin ea. Îți spune că iarba este adevărată și că personajul și iarba sunt în aceeași lume. „În momentul în care formezi o linie în Candy Crush Saga se aude un sunet menit să încurajeze reușita, scorul asociat cu acea linie se luminează puternic și intermitent și uneori auzi cuvinte de laudă pronunțate de un narator nevăzut, cu voce pătrunzătoare, ca Vrăjitorul din Oz.

Efectele speciale sunt eficiente și pentru că activează zone foarte primitive ale creierului. Pentru a demonstra asta, Michael Barrus și Catharine Winstanley, psihologi la Universitatea din British Columbia, au construit un „cazinou pentru șoareci".[79] Șoarecii din experiment pariau pe granule dulci și delicioase apăsând cu nasurile într-una din patru găuri mici. Unele găuri reprezentau opțiuni cu risc mic și recompense mici. De exemplu, una oferea o granulă de zahăr în 90% din timp, dar îl pedepsea pe șoarece în 10% din timp, forțându-l să aștepte cinci secunde înainte ca așa-zisul cazinou să reacționeze la următoarea sa atingere cu nasul. (Șoarecii sunt nerăbdători, așa că inclusiv perioadele mici de așteptare sunt percepute ca pedepse.) Alte găuri erau opțiuni cu risc crescut și recompense mai mari. Gaura cu cel mai mare risc oferea patru granule, dar în numai 40% din timp – în 60% dintre încercări cobaiul era forțat să aștepte fără niciun rezultat 40 de secunde, un fel de eternitate.

În cea mai mare parte a timpului șoarecii tind să evite riscurile, preferând opțiunile cu risc scăzut și câștiguri mici. Dar această abordare s-a schimbat complet în cazul cobailor care au jucat într-un cazinou care îi răsplătea și cu sunete, și cu

imagini pulsatorii. Acei șoareci au fost mult mai deschiși către risc, stârniți de promisiunea dublă a granulelor de zahăr și a semnalelor de încurajare. La fel ca pariorii umani, erau atrași de efecte speciale. „Am fost surprins, nu pentru că a funcționat, ci de cât de bine a mers", a spus Barrus. „Ne așteptam ca adăugarea acestor stimuli incitanți să aibă un efect. Dar nu ne-am dat seama că vor schimba atât de mult procesul decizional."

Efectele speciale amplifică feedbackul, dar în același timp sunt menite să apropie lumea reală de cea a jocului. Unul dintre jocurile făcute de Foddy cu cel mai mare succes se numește Little Master Cricket și face asta foarte bine. În joc, un practicant de crichet execută lovitură după lovitură, câștigând ture (sau puncte) în funcție de locul în care se finalizează acele lovituri. În momentul în care nu nimerește mingea sau o trimite în locul greșit, jucătorul este scos de pe teren și jocul începe din nou, de la zero runde. „Când am lansat Little Master soția mea lucra la birourile centrale Prada, în New York", mi-a spus Foddy. „Mare parte din departamentul financiar era format din fani ai crichetului din India – și ei erau vrăjiți." Când au descoperit că cel care făcuse jocul era soțul colegei lor au fost șocați. Este foarte dificil să simulezi jocul de crichet într-o manieră interactivă, dar Foddy a reușit cumva să mențină jocul simplu, dar realist. Jucătorii mișcă cursorul înainte și înapoi, într-un fel care imită lovitura unui jucător real de crichet. La fel ca în viața reală, loviturile cu cele mai mari scoruri din Little Master se înalță sus de tot în aer, evitând bâtele jucătorilor de pe teren care ar putea să prindă mingea înainte ca aceasta să cadă pe pământ. (Ca și în baseball, această acțiune îl scoate de pe teren pe cel care lovește.) Acest tip de feedback, care unește jocul cu lumea reală, este cunoscut sub numele de *mapping*. „Mappingul e oarecum visceral", spune Foddy. „De exemplu, întotdeauna ar trebui să eviți să folosești bara de

spațiu. E o tastă zgomotoasă și trăncănitoare, așa că nu ar trebui folosită pentru ceva obișnuit, cum ar fi mersul. Mai bine se păstrează pentru acțiuni declarative care nu sunt la fel de frecvente, cum ar fi săriturile. Scopul este să adaptezi senzațiile din tărâmul fizic cu cele din lumea digitală."

Cel mai puternic mediu al efectelor speciale trebuie să fie reprezentat de tehnologiile de tip realitate virtuală (VR), domeniu care încă e în fașă.[80] VR îl așază pe utilizator într-un mediu înconjurător care poate fi real (o plajă de pe cealaltă parte a lumii) sau imaginar (suprafața planetei Marte). Utilizatorul explorează și interacționează cu acea lume în același fel în care ar face-o cu lumea reală. Tehnologiile VR mai avansate adaugă și feedback multisenzorial, inclusiv tactil, auditiv și olfactiv.

Într-un podcast lansat pe 28 aprilie 2016, autorul și editorialistul sportiv Bill Simmons l-a întrebat pe investitorul miliardar Chris Sacca despre experiența lui cu realitatea virtuală.[81] „Mi-e teamă pentru copiii mei, puțin", i-a spus Simmons lui Sacca. „Mă întreb dacă această lume virtuală în care te cufunzi nu e cumva aproape superioară celei în care te afli. În loc să interacționez cu oameni, pot să mă duc în această lume VR și să fac chestii virtuale și aceea va fi viața mea." Sacca, un fost angajat al Google în perioada de început a companiei și investitor în Twitter, împărtășește motivele de îngrijorare ale lui Simmons:

> E foarte corect. Unul dintre aspectele interesante despre tehnologie este că progresele făcute la nivel de rezoluție a imaginii, de procesare audio și de viteză de reacție depășesc propria noastră dezvoltare fiziologică. Din punct de vedere biologic, am rămas la fel – nu am fost construiți să absorbim toată această lumină și toate sunetele în acest mod incredibil de coordonat... poți să te uiți la câteva videoclipuri din acest stadiu incipient... în care te afli în vârful unui zgârie-nori și corpul nu te lasă să faci un pas înainte. Corpul tău

este convins că se află pe marginea prăpastiei. Nici măcar nu e o platformă de realitate virtuală cu o rezoluție foarte bună sau care să te integreze foarte bine în peisaj. Așa că ne așteaptă perioade nebune de aici încolo.

Realitatea virtuală există de zeci de ani, dar acum este pe punctul să devină accesibilă publicului larg. În 2013, o companie numită Oculus VR a strâns două milioane și jumătate de dolari pe Kickstarter. Oculus VR promova un echipament pentru jocuri video care se purta pe cap și căruia îi spuneau Rift. Până de curând cei mai mulți dintre oameni se gândeau la VR ca fiind un instrument pentru jocuri, dar asta s-a schimbat în momentul în care Facebook a cumpărat Oculus VR cu două miliarde de dolari, în 2014. Mark Zuckerberg de la Facebook avea planuri mari pentru Oculus Rift, planuri care depășeau mult nișa jocurilor. „Acesta este doar începutul", a spus Zuckerberg. „După jocuri vom face din Oculus o platformă pentru multe alte experiențe. Imaginați-vă că v-ați bucura de un loc imediat în apropierea terenului la un meci, că ați învăța într-o clasă cu studenți și profesori din întreaga lume sau că v-ar consulta între patru ochi un medic – pur și simplu prin purtatea ochelarilor în propria casă." VR nu mai era o raritate. „Noi credem că, într-o zi, acest tip de realitate captivantă, augmentată, va ajunge să facă parte din viețile de zi cu zi a miliarde de oameni", a spus Zuckerberg.

În octombrie 2015, publicația *New York Times* a vândut ediția de duminică a ziarului cu un mic dispozitiv VR din carton. Conectat cu un telefon inteligent, dispozitivul Google Cardboard afișa materiale exclusive din *Times*, inclusiv documentare despre Coreea de Nord, refugiații sirieni și o relatare despre ce a urmat după atacurile teroriste din Paris. Mi-am petrecut mult din acea după-amiază de duminică pierdut

într-un documentar despre copiii refugiați, uitând pentru intervale lungi de timp că nu stăteam cu adevărat într-o sală de clasă distrusă din Ucraina cea chinuită de război. „În loc să te uiți la 45 de secunde de știri cu cineva care se plimbă de colo-colo și explică ce groaznic e, devii un participant activ la povestea pe care o urmărești", a spus Christian Stephen, producătorul unuia dintre documentarele VR.

Însă Google Cardboard pălește în comparație cu Oculus Rift. Așa cum spune Palmer Luckey, fondatorul Oculus VR, „Google Cardboard e ca apa mâloasă față de vinul select Oculus Rift". Sigur, în acest moment, Google Cardboard are avantajul unui preț de aproximativ 10 dolari în mediul online, în timp ce Oculus Rift se vinde cu 599 de dolari.

În ciuda potențialului realității virtuale, aceasta presupune și riscuri mari. Jeremy Bailenson, profesor de comunicare la Laboratorul de interacțiune cu realitatea virtuală de la Universitatea Stanford, își face griji că Oculus Rift va fi nociv pentru felul în care vor interacționa oamenii cu lumea. „Dacă mi-e groază de o lume în care oricine poate să creeze experiențe cu adevărat oribile? Da, mă îngrijorează. Îmi fac griji dacă atunci când a juca un joc video violent devine echivalentul unei crime. Și de momentul în care pornografia se simte ca sexul. Cum schimbă acestea felul în care interacționează oamenii, modul în care funcționează ca societate?"

Într-un articol scris pentru *The Guardian*, autorul specializat pe tehnologie Stuart Dredge a subliniat că deja ne zbatem să ne concentrăm atenția asupra prietenilor și familiei. Dacă smartphone-urile și tabletele ne îndepărtează de interacțiunea cu lumea reală, cum ne vom descurca odată ce vom ajunge față în față cu dispozitivele VR? Steven Kotler a scris pentru *Forbes* că realitatea virtuală ar urma să devină „heroină legală; următorul nostru drog puternic". Avem toate motivele să îl credem

pe Kotler. Când va ajunge la maturitate, VR ne va permite să petrecem timp cu oricine, în orice loc, făcând orice vrem pentru oricât de mult timp vrem. Această formă de plăcere fără limite sună minunat, dar cu riscul de a anula complet interacțiunile directe, față în față. De ce să trăim în lumea reală, alături de oameni cu defecte, când putem să trăim într-o lume perfectă pe care o simțim la fel de real?

La scară globală, realitatea virtuală este încă în stadiu incipient, deci nu putem fi siguri că va schimba semnificativ felul în care trăim. Dar toate indiciile inițiale sugerează că va fi în același timp și miraculoasă, și periculoasă. Așa cum a spus Zuckerberg, ne va permite să discutăm cu doctori care sunt la mii de kilometri distanță, să vizităm și să învățăm despre locuri îndepărtate (și inaccesibile, și imaginare) pe care să nu ajungem niciodată să le cunoaștem direct și să îi „vizităm" pe cei dragi care locuiesc la celălalt capăt al lumii. Totuși, sub influența designerilor de jocuri și a marilor afaceri din domeniu, s-ar putea dovedi a fi și un mijloc de transport pentru cele mai noi dependențe comportamentale, aflate deja în progres rapid.

Spre deosebire de realitatea virtuală, tărâmul realității este o lungă serie de eșecuri, ocazional întreruptă de câștiguri. Jucătorii trebuie să piardă din când în când. Un joc care duce la succes de fiecare dată nu e deloc distractiv. Când m-am întâlnit cu David Goldhill, directorul executiv al postului Game Show, mi-a povestit ceva care ilustrează dezavantajele surprinzătoare ale situației în care am câștiga tot timpul. Goldhill este un povestitor nativ. Stăpânește arta povestirii indiferent de subiectul discuției în care este implicat, dovedind pricepere și iscusință în discurs. Am vorbit despre orașul meu natal, Sydney, iar până la sfârșitul discuției eu eram cel care lua notițe ca un

turist. Povestea lui Goldhill era despre un parior care câștigă tot timpul. „Tipul crede că e în rai, pentru că el câștigă absolut fiecare pariu. Totuși în cele din urmă își dă seama că e în iad. E pur și simplu tortură." Pariorul a alergat toată viața după câștiguri, iar acum, când vin unul după altul, și-a pierdut scopul în viață. Povestea lui Goldhill ilustrează de ce încurajările variabile au un efect atât de puternic. Nu din cauza câștigurilor ocazionale, ci pentru că experiența depășirii unui eșec recent este profund motivantă.

Cea mai bună parte a unui joc de noroc s-ar putea să fie milisecunda de dinaintea aflării rezultatului. Acesta este momentul de tensiune maximă, momentul în care jucătorii sunt pregătiți să vadă un rezultat câștigător. Știm asta dintr-un experiment inspirat, făcut de doi psihologi, și publicat în 2006. Emily Balcetis și Dave Dunning au spus unui grup de studenți de la Cornell că participau la un test de degustare a unui suc.[82] Unii dintre ei vor avea șansa să guste un suc de portocale proaspăt stors, dar alții urmau să bea o „licoare gelatinoasă, neomogenă, verde, urât mirositoare, oarecum vâscoasă, prezentat drept «smoothie vegetal organic»". Pe măsură ce studenții se familiarizau cu băuturile, coordonatorul experimentului le-a explicat că un calculator va alege în mod aleatoriu dacă vor bea un pahar mare dintr-una sau din cealaltă. Unei jumătăți dintre participanți i s-a spus că pe calculator li se va arăta un număr dacă nimeriseră să bea tentantul suc de portocale (și o literă dacă li se desemnase zeama verde), iar celorlalți li s-a comunicat invers, respectiv că litera era salvarea și cifra însemna blestemul. Studenții au stat în fața calculatorului și au așteptat, situație similară cu așteptarea pasionaților de jocuri de noroc din momentul în care așteaptă ca aparatul să afișeze rezultatul. Câteva secunde mai târziu, calculatorul afișa această imagine:

Exact 86% dintre tineri s-au bucurat. Calculatorul le oferise un câștig.

Așa cum ați observat probabil, imaginea nu reprezintă nici un număr și nici o literă, ci un hibrid ambiguu între numărul 13 și litera B. Studenții erau atât de dornici să vadă ce sperau să vadă, încât mintea lor a decodat figura ambiguă în avantajul lor. Numărul 13 le-a sărit în ochi celor care sperau să vadă un număr și litera B celor care sperau să vadă o literă. Acest fenomen, numit percepție motivată, are loc în mod automat tot timpul. De obicei fenomenul nu este evident, dar Balcetis și Dunning au fost suficient de abili încât să găsească o metodă prin care să dezvăluie efectul.

Ceea ce face ca percepția motivată să fie atât de importantă pentru dependență este faptul că modelează felul în care percepem feedbackul negativ. Povestea lui David Goldhill ne arată că pariorii detestă să câștige tot timpul – și chiar mai mult de atât, urăsc să piardă mereu. Dacă pasionații de jocuri de noroc care au ghinion, iubitorii de jocuri video și utilizatorii de Instagram ar vedea lumea așa cum este de fapt, ar înțelege că își irosesc timpul. Ar conștientiza că o serie de pierderi de obicei prezice mai multe pierderi, și nu un pot generos care urmează să le pice, respectiv că imaginea de mai sus are șanse la fel de mari să fie și literă, dar și număr. Mai rău, multe jocuri și numeroase experiențe bazate pe noroc sunt construite în așa

fel încât să vă facă să sperați și mai tare prin afișarea de noi posibile câștiguri. Într-un episod de la începutul primului sezon din *The Simpsons*, Homer Simpson cumpără un loz răzuibil de la Apu, la Kwik-E-Mart:[83]

> Homer: O [gogoașă] glazurată și un Scratch-'N-Win, te rog.
> [Apu îi întinde lozul lui Homer și el începe să-l răzuiască.]
> Homer: O. Clopoțel.
> [Homer răzuiește încă puțin și suflă cu putere.]
> Homer: Încă un clopoțel! Încă unul și devin milionar. Hai, clopoțel, te rog, te rog, te rog, te rog, te rog, te rog!
> [Homer răzuiește și descoperă o prună.]
> Homer: D'oh! Fructul ăla mov. Unde erai ieri?

Dezamăgirea lui Homer este împărtășită de milioane de aproape-câștigători la loto în fiecare săptămână. Ieri Homer „aproape câștigase" cu două „fructe dintr-alea mov" și astăzi aproape câștigase cu doi clopoței. Există o probabilitate bunicică să joace și mâine, și în ziua următoare, pentru că pentru Homer aceasta nu a fost o pierdere. A fost „aproape un câștig".

6 | Progres

Shigeru Miyamoto știe cum să conceapă un joc video care să îi facă pe oameni să nu se poată opri din jucat.[84] El este echivalentul lui Steven Spielberg, al lui Stephen King sau al lui Steve Jobs în lumea jocurilor – un artist care înțelege ce vor oamenii mai bine decât înțeleg ei înșiși, iar tot ce atinge se transformă în aur. Miyamoto a fost omul din spatele jocului cu al doilea cel mai mare profit al tuturor timpurilor. De asemenea, jocurile lui ocupă și numeroase alte poziții: 5, 6, 8, 9, 11, 12, 19, 21, 23, 25, 26, 30, 34. Industria ar fi fost cu mult mai săracă fără influența lui. Ceea ce Miyamoto a părut să înțeleagă mai bine decât oricine altcineva a fost că jocurile care dau dependență le oferă ceva și începătorilor, și experților. Jocurile realizate doar pentru începători ar deveni lipsite de interes prea curând, iar jocurile concepute exclusiv pentru experți i-ar pierde pe debutanți înainte să devină maeștri.

Pe când avea 24 de ani, Miyamoto s-a angajat la Nintendo. Timp de 90 de ani, Nintendo făcuse afaceri pe aceeași nișă inertă a cărților de joc, dar acum, la sfârșitul anilor 1970, se extindea spre zona jocurilor video. În copilărie, Miyamoto se îndrăgostise de jocurile electronice de tip arcade*, ca Space Invaders, așa că tatăl lui a tras niște sfori pentru a-i obține un interviu cu președintele companiei Nintendo. Miyamoto i-a arătat acestuia câteva dintre jucăriile și jocurile pe care le

* Joc video care se joacă individual (n.r.).

concepuse în timpul său liber și a fost angajat pe loc în calitate de ucenic în Departamentul de planificare a jocurilor video.

Începutul anilor 1980 a fost dificil pentru Nintendo. Compania a încercat să creeze o piață pentru jocurile video în Statele Unite, dar a eșuat lamentabil. Mii de jocuri nevândute zăceau într-un depozit când inginerul-șef de la Nintendo l-a abordat pe tânărul Miyamoto și i-a cerut să creeze un joc nou care să salveze compania. Conform spuselor mereu modestului Miyamoto, „nimeni altcineva nu era disponibil să se ocupe de asta". Primul joc al lui Miyamoto a fost clasicul Donkey Kong. Tânărul erou al jocului era un instalator mustăcios pe nume Mario, botezat după proprietarul depozitului închiriat de Nintendo în America, Mario Segale. Același Mario urma să apară și într-una dintre cel mai bine vândute serii a tuturor timpurilor – Super Mario Bros. Super Mario a fost punctul în care Miyamoto și-a demonstrat abilitatea de a face jocurile atrăgătoare pentru jucătorii de orice nivel.

Super Mario Bros. îi prinde pe începători, pentru că nu există bariere care să îi împiedice să joace. Poți să nu știi absolut nimic despre consola Nintendo și tot poți să te simți bine din primul minut. Nu e nevoie să citești instrucțiuni care îți macină motivația sau să te chinui cu vreun instructaj înainte să începi. În schimb, personajul tău, Mario, pur și simplu apare în partea stângă a unui ecran aproape gol. Pentru că ecranul e gol, poți apăsa pe butoanele telecomenzii Nintendo în mod aleatoriu fără să faci vreun rău, învățând astfel care mișcări îl fac pe Mario să sară și care îl fac să se mute la stânga și la dreapta. În stânga nu poți merge prea departe, așa că înveți rapid să mergi spre dreapta. Și nu citești vreun ghid care să-ți spună ce și cum – în schimb, înveți practic și te bucuri de senzația de stăpânire care se naște din acumularea de

cunoștințe prin experimentare directă. Primele câteva secunde ale jocului sunt genial concepute pentru a face simultan două lucruri foarte dificile: învățare și menținerea iluziei că nimeni nu te învață pedant ceva.

La fel ca mii de copii, și eu m-am îndrăgostit profund de Super Mario Bros. Aveam 10 ani și eram cu părinții mei în vizită la niște rude din Noua Zeelandă. Mătușa mea mi-a făcut cunoștință cu un băiat care era de-o seamă cu mine și, așa cum tind să facă băieții de 10 ani, mi-a arătat jucăriile lui, inclusiv consola Nintendo pe care o avea. Nu mai văzusem niciodată un joc Nintendo până atunci, iar când a dat drumul la Super Mario Bros. mi-a stricat, fără să vrea, tot restul vacanței. Am jucat jumătate de oră, dar până la sfârșitul acelei vizite ajunsesem să nu mă mai gândesc la altceva decât la joc. Decenii mai târziu și la mii de kilometri depărtare de Noua Zeelandă, am susținut o prelegere inspirată de Miyamoto și de un economist de la Yale, Martin Shubik. Cei doi bărbați veneau din lumi diferite, dar amândoi inventaseră capcane care acționau aproape imediat. Shubik și-a descris capcana într-un articol pe care l-a publicat într-un ziar, în 1971: „Există un joc de societate extrem de simplu, foarte distractiv și plin de învățăminte și care poate fi jucat la orice petrecere prin organizarea unei licitații pentru 1 dolar". Shubik a descris regulile așa-numitului său Dollar Auction Game (Jocul licitației la dolar) ca fiind „simplitatea întruchipată".[85] Iată-le în format complet:

> Cel care conduce licitația oferă o bancnotă de un dolar celui care oferă, cel mai mult, consimțind că vor plăti și cel care va licita cel mai mult și cel care îi urmează ca valoare licitată.

Dacă cineva este dispus să plătească 80 de cenți pentru bancnota de 1 dolar și altcineva, al doilea jucător cu cea mai mare ofertă, este dispus să plătească 70 de cenți, atunci cel care a condus licitația primește 1 dolar și 50 de cenți – un profit curat de 50 de cenți. Ambii ofertanți plătesc, dar numai cel cu cea mai mare ofertă primește bancnota. Evident, e o afacere pe cinste, pentru că se plătesc 80 de cenți pentru o bancnotă care valorează, la propriu, 1 dolar. Totuși pentru cel de pe locul al doilea e o afacere foarte proastă. Acesta plătește 70 de cenți pentru fix nimic.

Am jucat jocul lui Shubik în timpul prelegerii mele, dar am organizat licitația pentru o bancnotă de 20 de dolari. Ofertele au început de la 1 dolar și au crescut cu câte 1 dolar. Mai multe voci au strigat imediat „1 dolar!", pentru că e o investiție grozavă să plătești 1 dolar pentru o bancnotă de 20. Am auzit „2 dolari!", apoi „3 dolari!". Unii dintre studenți s-au oprit devreme din licitat, dar alții au depășit 10 dolari, îndreptându-se spre pragul magic de 20. Când îi urmărești pe cei care participă, poți vedea pe chipurile lor momentul precis în care își dau seama că jocul e o capcană. În momentul în care numărul ofertanților activi ajunge, inevitabil, la doar doi, unul dintre ei va trebui să plătească pentru nimic. De exemplu:

Persoana A: 16 dolari!
Persoana B: 17 dolari!
...pauză...
Persoana A: 18 dolari!
Persoana B: 19 dolari!

Dacă aceasta ar fi fost o licitație obișnuită, jocul s-ar opri aici. Nu există niciun motiv pentru care Persoana A să strige „20 de dolari!", cu excepția situației în care chiar nu o place pe

Persoana B și ar prefera să nu facă niciun profit (să plătească 20 de dolari pentru o bancnotă de 20 de dolari) decât să vadă că Persoana B câștigă 1 dolar.

Dar aceasta este o capcană, așa că licitația continuă:

> Persoana A: 20 de dolari!
> ...pauză...
> Persoana B: 21 de dolari!
> ...pauză mai lungă...
> Persoana A: 22 de dolari!
> ...pauză și mai lungă...
> Persoana B (cu voce mai joasă): 23 de dolari.

Uneori jocul continuă până când se triplează sau se cvadruplează valoarea bancnotei. Nimeni nu vrea să plătească o sumă uriașă pentru nimic, ceea ce face din Twenty Dollar Auction Game o modalitate grozavă de a strânge bani pentru opere de binefacere.

Jocul lui Shubik demonstrează că multe comportamente care dau dependență sunt alimentate de capcane plasate din vreme. Experiența pare inofensivă la început, dar în cele din urmă îți dai seama că s-ar putea termina prost. Pentru studenții mei, stimulul era mica posibilitate de a câștiga o bancnotă de 20 de dolari cu o reducere semnificativă a prețului. În cazul meu, stimulul era instalatorul Mario care căuta prințesa răpită.

Jocul licitației la dolar îi prinde rapid pe jucătorii începători, dar este atât de eficient și pentru că funcționează puțin ca o campanie de momire cu o premisă falsă. Astfel de campanii se referă la acea formă de publicitate ilegală pe care comercianții

de bunuri electrice o folosesc pentru a-i atrage pe cumpărători în timpul sezonului reducerilor de Crăciun. De exemplu, un magazin ar putea să facă reclamă la un nou DVD player – „9 dolari, în limita stocului disponibil!" –, dar să aibă pe stoc un singur astfel de DVD player. Clienții se adună la coadă, năvălesc în magazin la ora 9 dimineața și unul pleacă acasă cu acel DVD player, în timp ce alți 50 au de luat o decizie nefericită. Psihologic vorbind, ei *se simt* ca și cum ar fi deja posesorii unui nou DVD player ieftin. În timp ce stăteau mai devreme cu două ore în frig, la coadă, începuseră să își imagineze cum ar fi să se uite la toate cele opt filme din seria Harry Potter, alături de întreaga familie, toți adunați în jurul unui bol uriaș cu popcorn. Atunci alegerea trebuie făcută între această fantezie și achitarea unei sume de 199 de dolari pentru următorul cel mai ieftin DVD player rămas în magazin după dispariția modelului de 9 dolari.

Asta face și Jocul licitației la dolar. Cei care licitează se atașează emoțional de câștigarea licitației. Pentru cei doi studenți care au oferit până la 60 de dolari în timpul prelegerii mele, motivația nu a fost fiorul câștigului celor 20 de dolari – ci pericolul de a pierde în fața celuilalt ofertant. Așa cum a sugerat neurologul Kent Berridge, expresiile lor faciale exprimă că *vor* să continue licitația, dar cu siguranță nu le *place* deloc experiența.

Aceeași aversiune față de pierdere se poate observa chiar mai evident pe site-urile cu așa-numitele licitații la penny, site-uri ca HappyBidDay.com, Quibids.com sau Beezid.com.[86] De exemplu, pentru a putea începe să folosiți Beezid trebuie să cumpărați un pachet de licitații. Pachetele încep de la 40 de licitații (36 de dolari sau câte 90 de cenți pentru fiecare ofertare) și merg până la 1 000 (550 de dolari sau 55 de cenți pentru fiecare licitație). Site-ul Beezid găzduiește sute de

licitații în curs pentru produse ca laptopuri, televizoare și căști. Așa arată o licitație pentru un televizor nou după prima ofertă:

Prima ofertă licitată a fost de un cent – un singur cent! – și a fost făcută de un utilizator cu pseudonimul bidking999. Cronometrul arată cinci ore, ceea ce înseamnă că bidking999 va câștiga televizorul pentru glorioasa sumă de un cent, dacă nu mai licitează nimeni altcineva înainte de încheierea celor cinci ore. Fiecare licitație crește de obicei prețul obiectului cu

un cent (de aici și termenul de licitație la penny). Ofertele sunt rare la început, dar atunci când cronometrul ajunge sub cincisprezece secunde începe și „perioada de acțiune" a licitației, perioadă în care fiecare nouă ofertă resetează cronometrul la cincisprezece secunde. Pentru articole foarte căutate așa ceva se întâmplă de zeci de ori – cam ca farsa de 1 aprilie cu butonul celor de la Reddit și cronometrul căruia i-au trebuit două săptămâni pentru a ajunge la zero. Unele obiecte se vând foarte ieftin, dar altele se vând aproape de valoarea lor reală de pe piață. Problema consumatorului este că trebuie să liciteze de mii de ori înainte să câștige orice, ceea ce consumă mii de licitații din pachetele cumpărate, fără să primească nimic în schimb. Site-ul face profit frumos, în timp ce consumatorul pierde treptat câțiva cenți, până când pierderea ajunge să se cumuleze în valori enorme.

Sute de participanți la licitațiile la penny se plâng în mediul online. Unii susțin că site-ul e o păcăleală și alții îl compară cu jocurile de noroc. Un expert în feedbackul consumatorilor de la SiteJabber.com a testat o platformă de licitații la penny și a spus că, în ciuda faptului că a fost precaut, „chiar și eu am fost atras de acele site-uri și m-am simțit de parcă puneam monede într-un automat cu fise, dar fără vreo șansă reală de câștig". Procesul dă atât de repede dependență pentru că plătești pentru licitații înainte, așa că atunci când îți consumi bugetul nu simți, iar mirajului de a economisi mii de dolari – în acest caz să plătești un penny pentru un televizor de 3 000 de dolari – e greu să îi reziști. Odată ce licitația intră în perioada de acțiune, aproape că poți să simți gustul victoriei. Mizele sunt mici când faci prima ofertă; dar până să ajungi la cea de-a o suta ofertă și după ce vei fi văzut cronometrul ajungând la o secundă de zeci de ori, te vei fi implicat serios în proces. Nu e de mirare că site-urile specializate pe feedback din partea consumatorilor

se referă la platformele de licitații la penny ca fiind „riscante", că le etichetează drept „escrocherii" și că recomandă adesea cumpărătorilor să le evite cu totul.

Site-urile cu licitații la penny își merită reputațiile îngrozitoare, dar nu orice experiență e nocivă. Unele experiențe sunt concepute să dea dependență pentru a-i prinde în capcană pe consumatorii ghinioniști, dar altele se întâmplă să dea dependență în ciuda faptului că au fost create în mare parte pentru a fi distractive sau interactive. Granița dintre cele două este foarte discretă; în mare parte, diferența constă doar în intenția creatorului. Site-urile de licitații la penny sunt rapace din construcție, la fel ca jocurile de noroc electronice cu fise. (Natasha Dow Schüll și-a intitulat cartea despre jocuri de noroc *Addiction by Design*.) Însă, atunci când Shigeru Miyamoto a conceput Super Mario Bros., scopul lui principal a fost să creeze un joc pe care și el l-ar juca cu plăcere.[87] În loc să organizeze diverse focus-grupuri, el a jucat ore în șir jocul, eliminând erori și rafinând elemente pe parcurs, până când a ajuns la versiunea pe care Nintendo a lansat-o în 1983. În anii 1990 și la începutul anilor 2000, Miyamoto a conceput jocurile de uriaș succes Pokémon și, din nou, principala sa datorie a fost față de integritatea jocului. „Ideea", a spus el, „nu e să faci ceva care să se vândă, ceva foarte popular, ci să iubești ceva și să faci ceva ce creatorii pot iubi. Este sentimentul esențial pe care ar trebui să îl simțim atunci când dezvoltăm jocuri." Când e să compari Super Mario Bros. – votat cu regularitate de creatorii de jocuri ca fiind cel mai bun joc al tuturor timpurilor – cu toate celelalte jocuri de pe piață, este ușor să identifici la concurență semnalele unui joc rapace.

Adam Saltsman, care a creat un foarte apreciat joc indie numit Canabalt în 2009, a scris pe larg despre etica designului de jocuri. „Jocurile rapace sunt concepute să profite de felul în care funcționăm", a spus Saltsman.[88] „Multe dintre jocurile rapace din ultimii cinci ani folosesc ceea ce este cunoscut ca fiind un sistem de energie. Ți se permite să joci cinci minute, iar apoi rămâi în mod artificial fără chestii de făcut. Jocul îți va trimite un e-mail în, să zicem, patru ore, moment în care poți să începi din nou să te joci." Eu i-am spus lui Saltsman că sistemul mi se părea destul de bun – îi obligă pe jucători să facă pauze și îi încurajează pe copii să își scrie temele între sesiunile de joacă. Dar aici intervine aspectul lăcomiei. Saltsman spune că „cei care creează jocuri au început să-și dea seama că jucătorii ar plăti un dolar pentru a scurta timpul de așteptare sau pentru a crește cantitatea de energie pe care ar avea-o personajul lor odată ce s-ar termina perioada celor patru ore de așteptare". Jocul te prinde în capcană, la fel cum fac și licitațiile la penny și Jocul licitației la dolar al lui Shubik, și te manipulează să aștepți sau să plătești. Am dat peste acest sistem rapace pe când jucam un joc numit Trivia Crack. Dacă dai un răspuns greșit de mai multe ori la rând, rămâi fără vieți, iar un ecran de dialog îți propune să alegi: așteaptă o oră pentru mai multe vieți sau plătește 90 de cenți pentru a continua imediat.

Multe jocuri ascund aceste costuri care apar pe parcurs. Sunt gratuite la început, dar mai târziu ești constrâns să plătești pentru a putea continua. „Aceste costuri ascunse înseamnă să arăți o lipsă de respect față de publicul tău de jucători", a spus Saltsman. „Seamănă puțin cu aparatele de jocuri electronice clasice care te taxau cu o fisă de 25 de cenți pentru a juca nivelul inițial ușor, dar apoi te forțau să te confrunți cu un personaj foarte dificil de învins la finalul nivelului. Întregul nivel e ușor și distractiv, dar apoi așa-numitul *boss* e supergreu de învins.

Așa că trebuie să consumi o mulțime de fise suplimentare pentru a ajunge la următorul nivel distractiv. Jocul își face reclamă spunând că are un cost de doar 25 de cenți, dar nu ai nicio șansă să omori acel boss fără să cheltui un dolar sau mai mult." Dacă joci de minute bune sau chiar de ore întregi, ultimul lucru pe care vrei să-l faci e să-ți recunoști înfrângerea. Ai atât de mult de pierdut, iar aversiunea ta față de acest posibil eșec te obligă să mai bagi *doar încă o monedă* în aparat, iar și iar. Începi să joci pentru că vrei să te simți bine, dar continui pentru că vrei să eviți senzația de nefericire.

Chiar dacă cei mai mari creatori de jocuri din industrie nu sunt siguri ce tehnică să folosească pentru ca jocurile lor să dea dependență, aceștia învață rapid cu ajutorul unei abordări șirete. „Se numește cod pe culori", mi-a spus Isaac Vaisberg, fostul dependent de jocuri pe care vi l-am prezentat în al doilea capitol. El s-a folosit de exemplul unui joc online pe roluri, în care jucătorii se grupează în clanuri pentru a îndeplini misiuni. „Să zicem că ai deja două milioane de jucători și încerci să-ți dai seama ce îi face să se implice mai tare. Asociezi o culoare codului aferent fiecărei misiuni sau chiar diferitelor elemente din fiecare misiune și vezi care dintre ele dă cea mai puternică dependență." Culorile codurilor, sau etichetele, le permit creatorilor să urmărească de câte ori se întorc jucătorii pentru a încerca să ducă la capăt misiunea din nou și cât de mult timp petrec jucătorii cu fiecare element din fiecare misiune. „Din moment ce ai un eșantion uriaș de jucători, poți face experimente. Misiunea A s-ar putea să presupună salvarea unui element, în timp ce Misiunea B este foarte similară, cu excepția faptului că trebuie să omori ceva." La fel, Misiunea C s-ar putea să îți ofere o infuzie de feedback pozitiv la început, în timp ce misiunea D, care în toate celelalte privințe este identică, nu îți oferă deloc feedback. De exemplu, un designer

poate să vadă că oamenii petrec de trei ori mai mult timp cu o misiune care le impune să ucidă ceva în loc să salveze și se întorc cu 50% mai des la o misiune care le oferă elemente de micro-feedback în rafale. Rezultatul este o versiune mai puternică a jocului original și care evoluează în timp pentru a ajunge să genereze un maxim de dependență. „World of Warcraft se pricepe la asta în mod deosebit", a spus Vaisberg despre jocul care l-a ținut captiv câțiva ani. „Timp de mai bine de opt ani au lucrat la joc pentru a include tot ceea ce le place oamenilor." De plildă, FarmVille este un joc despre gestionarea unei ferme virtuale și care dă dependență. La apogeu, zeci de milioane de utilizatori ai platformei Facebook jucau acest joc. „FarmVille a avut un succes fenomenal pe Facebook, mai ales în rândul femeilor, așa că echipa din spatele World of Warcraft a integrat o versiune a jocului FarmVille în World of Warcraft pentru a atrage jucători de sex feminin."

Istoric vorbind, cei mai mulți dintre jucători sunt bărbați, dar lumea jocurilor a început să le atragă și pe femei și pe reprezentanții altor grupuri dezavantajate. De fapt, în august 2014 femeile cu vârste mai mari de 18 ani au devenit cel mai mare segment demografic din lumea jocurilor. Ele reprezintă 36% din jucători, în timp ce bărbații mai mari de 18 ani reprezintă 35% dintre toți jucătorii. Creșterea a fost parțial susținută de jocuri ca Hollywood al lui Kim Kardashian. Kardashian și-a lansat jocul în iunie 2014, iar în primul an de existență a încasat zeci de milioane de dolari.[89] Aproape jumătate din veniturile jocului au mers la Kardashian însăși. Jocul se poate descărca gratuit, dar există un mic avertisment de „achiziții în aplicație" poziționat sub butonul de download și e aproape imposibil să îl joci fără să cheltui bani. Scopul este să te ridici de la nivelul E de celebritate la nivelul A, prin acțiuni pe care Kardashian însăși le-ar putea face: schimbă-ți de multe ori

ținuta, fă-te văzut(ă) în public, fă paradă cu prietenii oriunde te duci, mergi la întâlniri cu mulți parteneri și, mai presus de toate, evită să fii părăsit(ă). Jucătorii câștigă stele K de fiecare dată când personajele lor fac un pas înainte, dar pentru a face progrese semnificative trebuie să cumpere pachete adiționale. Un pachet mic de stele costă 5 dolari, dar unul mare costă 45 de dolari. De asemenea, îți poți cheltui banii reali, câștigați cu greu, pe achiziția de bani virtuali.

La fel ca World of Warcraft, jocul lui Kardashian oferă doze mici de feedback pozitiv pentru a-i stimula pe jucători imediat ce încep. Compania care se ocupă de joc, Glu Games, face suficient de multe teste pentru a se asigura că acele recompense sunt administrate precis, la intervalele potrivite. Un editorialist de la *Business Insider* a evaluat jocul ca fiind „unic de toxic și generator de dependență... poate singura aplicație care într-adevăr își merită comparația cu drogurile". Alți jurnaliști au vorbit despre dependențe similare. În articolul lui Tracie Morrissey publicat în *Jezebel*, ea recunoaște că a cheltuit aproape 500 de dolari în joc: „Oameni buni, cred că am cu adevărat o problemă. Ce dependență jenantă și ridicolă. Oare ce-aș putea măcar să spun dacă aș încerca să caut ajutor la Alcoolicii Anonimi sau ceva de tipul?". Emilee Lindner a scris un articol pentru MTV.com cu titlul „Viața adevărată: Am devenit dependentă de jocul lui Kim Kardashian" și a recunoscut că a consumat cea mai mare parte a traficului de date din abonamentul familiei jucând uneori nopți întregi la rând. Mulți dintre acești „dependenți" sunt oameni normali care au, de felul lor, slujbe impresionante și familii. Nu corespund stereotipului dependentului din trecut și tocmai acest aspect face ca produsele care îi cuceresc să fie atât de perfide. Acum sunt începători care își petrec timpul cu un joc nou, gratuit, și în scurt timp își cer iertare pentru cheltuirea bugetului familiei pe joc.

În lumea dependențelor înfloritoare norocul începătorului e o problemă serioasă. Când aveam 8 ani și fratele meu avea 6, am mers prima dată la bowling cu părinții noștri. Bowlingul este un joc dificil pentru adulți și un joc îngrozitor pentru copii. Pistele moderne gestionează asta prin înlocuirea canalelor de pe marginile pistei cu protecții, ceea ce face imposibil să mai dai așa-numitele *gutter balls**. Un joc de pricepere devine un joc de noroc pe măsură ce bila sare tot mai departe după ce se lovește de protecțiile de pe margini. La sfârșitul anilor 1980, atunci când am fost noi acolo, nu existau protecții și nu se făceau concesii pentru începătorii nepricepuți.

Am plătit pentru două runde și am trecut pe lângă un șir nesfârșit de bile de bowling. Prima serie era plină cu o duzină de bile negre de șapte kilograme și un pic. Acestea erau bilele de bowling serioase, pentru jucătorii experimentați – bărbați puternici cu mâini mari care își puteau roti încheieturile în așa fel încât să inducă o mișcare de rotație uimitoare chiar și celei mai grele bile din joc. Am trecut pe lângă bilele de 6,8 kg, pe lângă cele de 6,3, iar la capătul sălii era o mică serie cu câteva bile concepute pentru jucătorii mai tineri. Puteai să-ți dai seama că erau pentru copii, pentru că erau roz, albastre și portocalii și pentru că găurile pentru degete erau aproape prea mici chiar și pentru mâinile noastre micuțe. În plus, cântăreau 2,7 kg.

Nu am bătut niciun record în acea zi, dar fratele meu a rămas captivat de joc pentru totdeauna. În timp ce el s-a bucurat de o doză ridicolă de norocul începătorului, eu am jucat cu o incompetență consecventă. Am mai dărâmat pe ici, pe colo câteva popice și am terminat cu scoruri asemănătoare, dar cele

* Lovitură din baseball care presupune ca mingea să ajungă într-unul din cele două canale laterale înainte de a atinge popicele. În consecință, acest tip de lovitură nu este punctată (n.t.).

opt puncte ale lui – întreaga lui captură din acea zi – le-a obținut din prima încercare. Încă îmi amintesc abordarea lui ezitantă și aruncarea stângace cu două mâini care a trimis bila mai mult spre pământ decât spre popice. Printr-un miracol, mingea a rămas pe pistă, a rulat departe de șanțuri și foarte încet a dărâmat toate popicele, mai puțin două. Am strigat de bucurie și am sărbătorit, dar acelea au fost singurele puncte pe care le-a câștigat în acea zi. Ani de-a rândul după aceea a rămas obsedat de joc și sunt convins că obsesia lui a fost susținută parțial și de gustul timpuriu al succesului, pe care l-a simțit înaintea unei lungi serii de eșecuri.

Norocul începătorului dă dependență pentru că te lasă să simți gustul succesului și apoi gata. Îți stârnește ambiții nerealiste și așteptările mari ale unui concurent mai experimentat. A doua doză de succes e un miraj care pare să fie mai aproape decât e de fapt, iar sentimentul eșecului care se adună cu fiecare nouă pierdere te împinge tot mai departe, până când recucerești acea senzație de glorie (nemeritată) de la început.

L-am urmărit pe fratele meu cum a tot trimis bila în șanțuri – nu doar în acea zi, ci de fiecare dată când am mers la bowling, timp de mulți ani. La mai bine de 20 de ani după acel episod am hotărât, alături de colegii mei Hether Kappes, Dave Berri și Griffin Edward să reconstruim acea experiență a lui în laborator.[90] Am invitat un grup de adulți într-un laborator pentru a juca darts. Niciunul dintre ei nu mai jucase înainte. Le-am spus că vor primi puncte pentru cum se descurcă, dar pentru a fi corecți le-am oferit ocazia de a exersa întâi. Jumătate dintre ei s-au așezat atât de aproape de țintă încât succesul aproape că era garantat, în timp ce jumătatea cealaltă a exersat de la o distanță mult mai mare și în general s-au cam zbătut – o mostră de feedback mult mai realist. Mai târziu, când i-am întrebat pe toți cât de mult le-a plăcut să joace și cât de motivați erau să

mai joace și altă dată, începătorii „norocoși" s-au arătat hotărâți să persevereze. Începătorii ghinioniști nu erau pe deplin descurajați, dar doza inițială de feedback realist le atenuase entuziasmul față de joc.

Mulți creatori de jocuri știu că norocul începătorului este un stimul puternic. Nick Yee, care are un doctorat în comunicare și analizează cum îi afectează jocurile pe cei care le joacă, a scris despre rolul recompenselor timpurii în jocurile online cu diferite caractere.[91]

> Unul dintre factorii care îi atrag pe oameni la jocurile online cu diferite caractere este ciclul complex de recompense împletit în acele jocuri, care funcționează ca o momeală. Recompensele sunt oferite foarte rapid la începutul jocului. Omori o creatură din 2-3 lovituri. Treci la următorul nivel în 5-10 minute. Și poți acumula tot mai multe *skills*-uri* cu foarte puține eșecuri. Dar perioadele dintre aceste recompense cresc exponențial destul de rapid. Foarte curând va dura 5 ore până să poți ajunge la nivelul următor și apoi 20 de ore. Jocul funcționează prin faptul că îți oferă satisfacție imediată la început și apoi te momește pe o pantă alunecoasă.

Designerii au descoperit această tehnică după ce au combinat milioane de informații – acel tip de exercițiu de explorare pe care l-a descris Isaac Vaisberg. În timp ce norocul începătorului a fost pur hazard în cazul fratelui meu, „norocul" de care au parte jucătorii începători este programat.

Norocul începătorului dă dependență, dar unele experiențe sunt atât de prietenoase cu începătorii încât norocul nu este

* Termen specific jocurilor video contemporane care desemnează un talent, o îndemânare în luptă (n.r.).

necesar. Când am fost la David Goldhill, directorul postului Game Show despre care v-am povestit mai devreme, acesta a început prin a-mi da telefonul lui. „Vreau să îți arăt un joc pe care eu îl consider fascinant. Cel mai mic copil al meu, care are 7 ani, îl adoră. Este incredibil de simplu și de stupid. Ți-e cunoscut Crossy Road?" I-am spus că nu. „Vezi cât îți ia până când înțelegi cum se joacă." Mi-a luat trei secunde. Tot ce trebuie să facă personajul tău e să traverseze fără să fie călcat de o mașină. Acesta se mișcă prin simple atingeri de ecran. Acest joc „simplu și stupid", la fel ca Super Mario Bros., este conceput în așa fel încât să nu existe bariere de acces. Imediat ce vezi ecranul știi tot ce trebuie să știi pentru a începe să faci progrese. „Asta îmi amintește de un alt joc..." I-am spus lui Goldhill înainte să mă întrerupă: „Tuturor le amintește de vreun alt joc pe care l-au mai jucat". Crossy Road împrumută elemente de la atât de multe jocuri încât, dacă ai jucat doar unul sau două dintre ele, practic le-ai jucat pe toate.

Game Show Network găzduiește și concepe jocuri, dar organizația este faimoasă pentru emisiunile de tip concurs de la TV. Acestea funcționează pe același principiu. „Dacă te uiți la o emisiune-concurs bună pe care n-ai mai văzut-o niciodată, în câteva minute de când începi să o urmărești, regulile fie îți vor fi clare deja, fie îți vor fi explicate", a spus Goldhill. „Ușurința înțelegerii structurii face parte din designul unei emisiuni-concurs bune. Și e o constantă la nivel mondial. Indiferent unde ești, dacă dai peste un concurs televizat, toate au în comun același set de elemente de bază. Dacă te uiți pe YouTube, vei vedea puști de 15, 16, 17 ani care își concep propriile emisiuni tip concurs și folosesc aceeași limbă."

M-am gândit la jocurile care îmi ocupaseră timpul și îmi atrăseseră atenția de curând. Aproape fără excepție erau remarcabil de simple. Mai devreme am menționat jocul

Canabalt al lui Adam Saltsman, iar acesta este un exemplu perfect.[92] Obiectivul este să controlezi un om care fuge de o amenințare extraterestră ambiguă într-un peisaj futurist, sărind de pe o clădire pe alta și mișcându-se cu viteză din ce în ce mai mare pe măsură ce înaintează. Jocul stabilește viteza, așa că tot ce ai de făcut e să apeși pe ecran în momentul în care vrei ca personajul să sară. În timpul unui zbor transatlantic deosebit de turbulent am reușit să mă detensionez jucând acest joc iar și iar. Simplitatea jocului este elementul care te pune pe gânduri. Știu că trebuie să fi arătat ca un ciudat, pentru că m-am uitat cândva la un prieten în timp ce juca acest Canabalt. Pe chipul lui se citea concentrarea, corpul era perfect nemișcat, cu excepția arătătorului care se mișca în stilul desenelor animate, în sus și în jos, pe măsură ce își făcea personajul să sară – încet la început și apoi din ce în ce mai rapid pe măsură ce se desfășura jocul. Nu există final la acest joc – poți să joci veșnic dacă ești supraom – și Saltsman a fost recunoscut pentru consacrarea unui nou gen de jocuri numit „curse nesfârșite"*. Într-un interviu acordat celor de la *New Yorker*, creatorul de jocuri Luke Muscat relata: „Îmi amintesc că jucam Canabalt și pur și simplu mă întrebam cum de nu i-a mai trecut nimănui prin cap așa ceva până acum?". De parcă și-ar fi dorit să sublinieze simplitatea jocului, Saltsman a ajuns la numele ciudat al jocului în timp ce asculta cum nepotul lui de 6 ani contopea cuvintele „cannonball" și „catapult".

Decenii întregi jocurile au fost jucate de băieți la vârsta adolescenței și de bărbați care nu se maturizaseră. Lucrurile nu mai stau așa, pentru că jucătorii nu mai au nevoie de console sau de perioade îndelungate de timp liber. Smartphone-urile au schimbat complet peisajul din lumea

* În original *endless runners* (n.t.).

jocurilor. Luați ca exemplu FarmVille, jocul pe care WoW l-a integrat în platforma sa. „FarmVille era grozav de popular", spune Frank Lantz, directorul Centrului pentru jocuri de la Universitatea din New York. Aproximativ unul din zece americani a jucat FarmVille și timp de doi ani a fost cel mai popular joc de pe Facebook. Jucătorii trebuiau să construiască o fermă și să aibă grijă de recolte și animale virtuale. Jocul dădea dependență și era rapace: odată ce își construiau fermele, jucătorii trebuiau să se întoarcă la joc la intervale prestabilite pentru a-și iriga recoltele. Dacă acestea erau distruse, așa cum li s-a întâmplat milioanelor de jucători ale căror vieți și perioade de somn stăteau uneori în calea revenirii la joc, puteau plăti să își „dez-ofilească" acele recolte. Oamenii au cheltuit sume nespus de mari pentru a-și răscumpăra neglijența. Publicația *Time* a spus despre joc că ar fi una dintre cele mai proaste 50 de invenții posibile din toate timpurile, pentru că „seria de munci fără sens" din el dădea atâta dependență.[93] „Harvest Moon era foarte asemănător cu FarmVille", a spus Lantz, „dar trebuia să deții o consolă Super Nintendo pentru a-l juca. Ei bine, acești oameni care joacă FarmVille nu au nevoie de o consolă și nu are sens pentru ei să se așeze în fața unui televizor și să joace Harvest Moon. Dar uite un joc pe care îl poți juca cinci minute la muncă sau oricând vrei să iei o pauză. În anumite privințe este foarte similar cu ceva ce există deja, dar are un nou ritm care se potrivește cu viețile acestor oameni. I-a inițiat pe cei care nu mai jucaseră nimic înainte și care nu se gândeau la ei înșiși ca fiind jucători și le-a făcut cunoștință cu unele dintre caracteristicile esențiale care fac jocurile distractive."

Experții s-ar putea să fi crezut că jocurile erau semnificativ mai tentante pentru bărbați decât pentru femei, dar se pare că acea diferență e mai degrabă una culturală. Acum, când

smartphone-urile au devenit dispozitive care pot reda jocuri, multe dintre cele mai populare jocuri, cum ar fi FarmVille, Hollywood al lui Kim Kardashian și Candy Crush, sunt jucate mai mult de femei decât de bărbați. Nu este nevoie decât de mediul potrivit – și eliminarea barierelor care nu îi lasă pe începători să își ia prima doză – și vei descoperi un segment nou-nouț de dependenți, segment care nu seamănă deloc cu dependenții de dinaintea lor.

Kimberly Young, psiholog la un mic spital regional din Bedford, Pennsylvania, a consacrat în 1995 expresia „dependență de internet", iar în 2010 a inaugurat Centrul pentru dependențe de internet – primul centru de tratament integrat într-un spital din țară specializat pe dependența de internet.[94] Cei mai mulți dintre dependenții de internet sunt prinși de microbul jocurilor. „La mijlocul anilor 2000, pe măsură ce s-a îmbunătățit infrastructura internetului, dependența de internet a devenit o problemă mult mai mare", a spus Young. „Însă, de departe, cele mai mari schimbări au intervenit odată cu apariția iPhone-ului și apoi a iPad-ului în 2010." Jocurile au devenit mobile, disponibile oricui avea acces tot timpul la un smartphone. În locul unui șir de băieți adolescenți, Young trata deodată și bărbați, și femei, din toate intervalele de vârstă și cu toate tipurile de personalitate. Ceea ce îi salvase pe aceștia de la dezvoltarea anterioară a unor dependențe de internet fusese faptul că jocurile fuseseră în mare parte inaccesibile. Trebuia să te hotărăști să cumperi o consolă și trebuia să ai la dispoziție timp liber cu nemiluita. Cu excepția băieților adolescenți, cei mai mulți oameni nu se încadrau în publicul-țintă din cel puțin o perspectivă. „Toată lumea are acum o tabletă sau un iPhone ori un dispozitiv inteligent, lucru valabil indiferent de vârstă", mi-a spus Young. „Așa a luat avânt cariera mea." Young spune că stimulentele

timpurii menite să îi facă dependenți pe novici sunt doar începutul. Cele mai convingătoare experiențe își păstrează pe termen lung caracterul seducător, oferind beneficii nu doar începătorilor, ci și veteranilor.

Jocul Super Mario Bros. al lui Miyamoto era atrăgător pentru neinițiați, desigur, dar avea comori ascunse și pentru jucătorii cu experiență. Primul nivel al jocului dezvăluia un tunel secret care le oferea experților o scurtătură spre finalul nivelului printr-o cameră subterană plină cu monede. Tunelul le permitea să sară peste instructajul practic al lui Miyamoto și în același timp le recompensa perseverența printr-o serie de sunete „ding" pe măsură ce Mario aduna monedele subterane. Pentru că Miyamoto și-a ascuns unele dintre farmece de toată lumea, mai puțin de cei mai devotați fani ai jocului, mulți dintre fanii de la început continuă să revină la Super Mario chiar și la trei decenii după lansare.

7 | Creștere progresivă

Conform Google Books, există mai mult de 30 000 de cărți despre cum putem „să ne facem viața mai ușoară". Aceste cărți se concentrează pe o gamă largă de aspecte, inclusiv pe relațiile amoroase, gestionarea finanțelor, succesul la locul de muncă, vânzări pe eBay, creșterea rețelei de contacte profesionale, viața femeii moderne, viața bărbatului modern, cum să crești copii, cum să slăbești, să te îngrași, să îți menții greutatea, să îți crești masa musculară, să elimini grăsime, cum să dai examene scrise, să produci filme animate, să faci programare, să inventezi produse, să te îmbogățești rapid, să dansezi, să-ți menții starea de sănătate, să fii fericit, să trăiești o viață plină de sens, să-ți însușești obiceiuri sănătoase, să scapi de năravuri și sute de alte subiecte. Aceste cărți sugerează că viața noastră e destul de grea și că ne-ar fi mai bine dacă am învăța să înlocuim greutățile cu lucruri făcute fără efort. Însă cele mai multe dintre aceste cărți nu au fost scrise pentru cei care se confruntă cu mari greutăți și există foarte puține dovezi în sprijinul ideii că oamenii cu vieți obișnuite ar deveni mai fericiți dacă ar înlocui provocările cu o lipsă de efort. Știm asta pentru că oamenii nu par să îmbrățișeze ușurința atunci când li se oferă și această alternativă.

În vara lui 2014, opt psihologi au publicat în prestigioasa publicație *Science* o lucrare despre cum reacționează oamenii atunci când li se dă ocazia să îmbrățișeze ușurința.[95] În timpul unui experiment le-au cerut unor studenți să stea în liniște zece sau 20 de minute. „Scopul vostru", le-au spus, „este să vă distrați cu propriile gânduri cât de bine puteți. Adică scopul

vostru ar trebui să fie să aveți o experiență plăcută și nu să vă petreceți timpul concentrându-vă la activitățile de zi cu zi sau la aspecte negative." E dificil de închipuit că un experiment psihologic ar putea fi mai puțin solicitant. (Primul experiment pe care l-am coordonat eu, în urmă cu aproape 15 ani, era conceput să măsoare cum se comportau oamenii atunci când erau triști. Am expus 100 de studenți la o scenă din *The Champ** în care tânărul Ricky Schroder plânge în timp ce tatăl lui, interpretat de Jon Voight, îi moare în brațe. Scena este votată cu regularitate ca fiind „cea mai tristă scenă din cinematografie" și inclusiv studenții cei mai veseli au plecat supărați când au ieșit din laborator. Așa că nu e chiar atât de rău să îi rogi pe oameni să stea în liniște cu gândurile lor plăcute.)

Coordonatorii experimentului au adăugat încă ceva la studiu. I-au conectat pe studenți la un aparat care administrează șocuri electrice și le-au administrat o mostră de șoc pentru a le demonstra că experiența șocului nu este plăcută. Nu este chinuitoare, dar e undeva între înțepătura unei seringi și o durere de măsea strașnică. Chiar înainte să părăsească incinta, cercetătorul le-a spus studenților că șocul urma să fie disponibil în timp ce meditau în liniște, că puteau să retrăiască senzația, dacă își doreau, dar că „depinde doar de voi dacă faceți asta – este alegerea voastră".

Un student – un bărbat, în caz că erați curioși – și-a administrat șocul de 190 de ori. Asta înseamnă o dată la fiecare șase secunde, iar și iar, timp de 20 de minute. El a fost un caz extrem, dar două treimi dintre studenții de sex masculin și aproximativ o treime dintre studente și-au administrat șocul cel puțin o dată. Mulți și-au administrat șocul de mai multe ori. Cu toții avuseseră parte de experiența șocului înainte de începerea

* *Campionul*, 1979, regia Franco Zeffirelli, cu Jon Voight, Faye Dunaway (n.r.).

experimentului, așa că era mai mult decât curiozitate. Așa cum recunoscuseră ei înșiși într-un chestionar pe care îl completaseră cu doar câteva minute mai devreme, nu consideraseră experiența ca fiind plăcută. Așa că au preferat să îndure neplăcerea unui șoc în loc să stea tăcuți cu gândurile lor. În cuvintele cercetătorilor, „cei mai mulți oameni preferă să facă ceva decât să nu facă nimic, chiar dacă acel ceva înseamnă o experiență negativă". După cum arată cele 30 000 de cărți, s-ar părea că într-o anumită măsură ne dorim o viață mai ușoară – dar mulți preferăm să întrerupem o perioadă de plăcere moderată cu o doză moderată de greutăți.

David Goldhill a explicat de ce este esențial să te confrunți cu anumite greutăți. „Oamenii nu înțeleg de ce vedetele din filme sunt adesea profund nefericite", a spus Goldhill. „Închipuiți-vă că ați cuceri o fată în fiecare noapte și niciodată nu ar trebui să plătiți pentru vreo masă. Un joc în care se câștigă mereu ar fi plictisitor pentru cei mai mulți dintre oameni." Jocul pe care l-a descris Goldhill sună tentant la suprafață, dar devine rapid plictisitor. Într-o anumită măsură, toți avem nevoie de pierderi, dificultăți și provocări, pentru că fără acestea s-ar diminua entuziasmul succesului, treptat, cu fiecare nouă victorie. De aceea petrec oamenii atât de mult timp liber cu rebusuri dificile și cu escaladarea munților periculoși – pentru că dificultatea provocării este mult mai convingătoare decât să știi că vei avea succes. Această senzație de greutate este unul dintre ingredientele incluse în experiențele care dau dependență, inclusiv într-unul dintre cele mai simple jocuri generatoare de dependență din toate timpurile: Tetris.

În 1984, Aleksei Pajitnov lucra într-un laborator informatic la Academia rusă de științe din Moscova.[96] Mulți dintre

oamenii de știință din laborator lucrau și la proiecte personale, iar Pajitnov a început să lucreze la un joc video. Jocul împrumuta elemente din tenis și dintr-o versiune de domino cu piese cu câte patru numere, numită tetromino, așa că Pajitnov a combinat acele cuvinte, ajungând la Tetris. Pajitnov a lucrat la Tetris mult mai mult decât intenționase, pentru că nu se putea opri din jucat. Prietenii și-l amintesc fumând țigară după țigară și plimbându-se agitat de colo-colo pe podelele din beton lustruite ale laboratorului.

Într-un interviu acordat la zece ani după lansarea jocului, Pajitnov și-a amintit: „Nu vă puteți închipui. Nu puteam să termin prototipul! Începeam să mă joc și niciodată nu mai aveam timp să termin de scris codul". În cele din urmă, Pajitnov le-a permis prietenilor de la Academia de științe să joace și ei jocul. „I-am lăsat pe alții să se joace și mi-am dat seama că nu eram singurul nebun! Toți cei care puneau mâna pe joc nu se mai puteau opri. Oamenii continuau să joace, să joace, să joace. Cel mai bun prieten mi-a spus: «Nu mai pot trăi fără Tetrisul tău»." Cel mai bun prieten al lui, Vladimir Pohilko, un fost psiholog, își amintește că a dus jocul în laboratorul lui de la Institutul medical din Moscova. „Nimeni nu a mai lucrat nimic. Așa că l-am șters din fiecare calculator. Toată lumea s-a întors la lucru, până când a apărut o nouă versiune în laborator." Șeful lui Pajitnov, Iuri Ievtușenko, cel care coordona Centrul informatic de la Academia rusă de științe, și-a amintit că productivitatea centrului se prăbușise. „Jocul era acaparator și mulți dintre angajații noștri s-au lăsat purtați de val în detrimentul muncii lor."

Tetris s-a răspândit de la Academia de științe în restul Moscovei și apoi în restul Rusiei și în Europa de Est. Doi ani mai târziu, în 1986, jocul a ajuns în Vest, dar marea lui ocazie s-a arătat în 1991, când Nintendo a semnat o înțelegere cu

Pajitnov. Fiecare dispozitiv Game Boy urma să vină la pachet cu o dischetă gratuită care conținea o versiune cosmetizată a Tetrisului.

În anul acela am strâns bani și în cele din urmă mi-am cumpărat un Game Boy și așa am ajuns să joc Tetris prima dată. Nu era la fel de strălucitor ca unele dintre celelalte jocuri preferate pe care le aveam, dar, la fel ca Pajitnov, îl jucam ore la rând. Uneori, în timp ce adormeam, îmi imaginam cum cădeau piesele și formau rânduri complete – o experiență remarcabil de comună, cunoscută ca Efectul Tetris și care îi afectează pe cei care au jucat perioade îndelungate orice joc animat. Cei de la Nintendo au fost inspirați să includă jocul în noua lor consolă portabilă, pentru că era ușor de învățat și foarte dificil de abandonat. Eu am crezut că o să mă plictisesc rapid de Tetris, dar uneori se întâmplă să îl mai joc și astăzi, după mai bine de 25 de ani. Este longeviv, pentru că ajunge să crească odată cu tine. E ușor la început, dar pe măsură ce devii mai bun și jocul devine mai dificil. Piesele cad mai repede și ai mai puțin timp să reacționezi decât aveai la început. Această creștere progresivă a dificultății este o ancoră esențială care menține jocul interactiv multă vreme după ce îi vei fi stăpânit mișcările de bază. Această progresie este parțial plăcută și pentru că și creierul devine mai eficient pe măsură ce devii mai bun. De fapt, ediția din 1991 a Cărții recordurilor Guinness a recunoscut Tetrisul ca fiind „primul joc video care îmbunătățește funcționarea și eficiența creierului". Această afirmație s-a bazat pe cercetarea unui psihiatru numit Richard Haier care a lucrat la Universitatea din California.

În 1991, Haier s-a întrebat dacă nu cumva încep să se priceapă mai bine creierele noastre la sarcini cognitive dificile după ce exersează puțin. S-a hotărât să observe fenomenul în timp ce niște indivizi ajungeau să stăpânească un joc, dar și-a

dat seama că nu știa multe despre lumea modernă a jocurilor. „În 1991 nimeni nu auzise de Tetris", a spus el într-un interviu acordat câțiva ani mai târziu. „M-am dus la un magazin de calculatoare ca să văd ce aveau și vânzătorul mi-a spus: «Uite, încearcă asta. Tocmai l-am primit». Tetris era jocul perfect, era simplu de învățat, trebuia să exersezi ca să devii bun și avea un ritm bun al învățării."

Așa că Haier a cumpărat câteva jocuri Tetris pentru laboratorul lui și i-a urmărit pe participanții la experiment în timp ce jucau. A descoperit într-adevăr schimbări neurologice odată cu acumularea experienței – anumite părți ale creierului se îngroșau și activitatea cerebrală încetinea, sugerând că creierele experților lucrau mai eficient – dar, mai relevant aici, el a descoperit că subiecții lui savurau experiența jocului. S-au înscris să joace timp de 45 de minute pe zi, cinci zile pe săptămână, până la opt săptămâni. Veniseră pentru experiment (și pentru banii pe care îi primeau pentru participare), dar au rămas pentru joc.

O caracteristică satisfăcătoare a jocului este senzația de a construi ceva – că eforturile tale iau forma unui turn alcătuit din cărămizi colorate și care e plăcut ochiului. „Haosul vine spre tine sub forma unor piese aleatorii, iar treaba ta e să le pui în ordine", spunea Pajitnov. „Dar imediat ce construiești linia perfectă, aceasta dispare. Tot ce rămâne este ceea ce nu reușești să pui în ordine." Mihail Kulaghin, prietenul lui Pajitnov și coleg programator al acestuia, își amintește că simțea un impuls puternic să își corecteze greșelile. „Tetris este un joc cu o foarte puternică motivație negativă. Niciodată nu vezi foarte bine ce ai făcut cu succes, iar greșelile le vezi pe ecran. Și întotdeauna vrei să le corectezi." Pajitnov i-a dat dreptate. „Ce îți sare în ochi sunt greșelile urâte pe care le-ai făcut. Și asta te împinge tot timpul să le îndrepți." Jocul îți

permite să simți câteva clipe de încântare în timp ce îți arată linia completată, licărind înainte să dispară, iar apoi îți lasă doar greșelile. Așa că o iei iar de la început și încerci să completezi încă o linie pe măsură ce jocul devine mai alert, iar degetele îți sunt forțate să danseze cu viteză și mai mare printre butoane.

Pajitnov și Kulagin au fost stimulați de acest sentiment al perfecționării, senzație care s-a dovedit a fi profund motivantă. Într-un experiment coordonat de Michael Norton, Daniel Mochon și Dan Ariely, profesori de administrare a afacerilor, studenții intrau într-un laborator și fie asamblau o cutie de depozitare de la IKEA, fie îi aștepta acolo o cutie deja asamblată.[97] Cercetătorii i-au întrebat pe studenți cât ar fi dispuși să plătească pentru cutie (înțelegerea fiind că s-ar putea să trebuiască să plătească efectiv acea sumă). Cei care asamblaseră cutia au licitat cu 63% mai mult decât cei care licitau pentru o cutie deja făcută. Cu toții licitau pentru exact același obiect. Această diferență – 78 de cenți față de 48 de cenți – reprezintă valoarea pe care oamenii o atribuie creațiilor proprii. În alt experiment studenții au fost dispuși să plătească 5 cenți pentru o figurină origami făcută stângaci de altcineva, dar 23 de cenți – de patru ori și încă puțin mai mult – pentru propria creație origami (la fel de stângace). Când li s-a cerut să liciteze pentru creații origami făcute de experți, care erau în mod obiectiv mult mai impresionante, au licitat doar 27 de cenți – doar cu 4 cenți în plus pentru un produs cu mult superior. Alte studii au arătat că suntem motivați și să construim mai mult cu piese Lego în momentul în care produsele complete – rezultatul muncii noastre de construcție – rămân expuse în fața noastră, față de situația în care ne sunt luate imediat ce le terminăm. Sentimentul de a crea ceva care necesită muncă, efort și pricepere este una dintre forțele importante

din spatele acțiunilor care dau dependență și care altfel și-ar pierde strălucirea în timp. De asemenea, subliniază și o diferență perfidă între dependența de substanțe și cea de comportamente: în timp ce dependențele de substanțe sunt clar distructive, multe dependențe comportamentale sunt acțiuni subtil distructive, ascunse sub măști creative. Iluzia progresului te va ajuta în timp ce obții scoruri mari, în timp ce aduni mai mulți oameni care să-ți urmărească activitatea sau în timp ce petreci mai multă vreme la muncă, așa că te vei zbate chiar mai tare să scapi de nevoia de a continua.

Cu șase decenii înainte ca Pajitnov să lanseze jocul Tetris, un psiholog rus pe nume Lev Vîgotski analiza cum asimilează copiii noi aptitudini. La fel ca Pajitnov, Vîgotski și-a petrecut cei mai productivi ani la Universitatea de stat din Moscova. Era evreu, ceea ce era un handicap semnificativ chiar și pentru cei mai remarcabili studenți aspiranți. Dar Vîgotski a avut noroc și și-a câștigat locul prin „loteria evreiască" anuală organizată de universitate, eveniment care hotăra care dintre evreii înscriși urmau să intre în cota de evrei de „nu mai mult de trei procente". Din păcate, Vîgotski s-a îmbolnăvit și a murit la 37 de ani. Însă a fost extrem de productiv în timpul scurtei sale vieți și una dintre cele mai mari contribuții ale sale explică de ce Pajitnov și colegii lui au fost atât de atrași de Tetris.

Vîgotski a explicat că puștii învață cel mai bine și sunt cel mai motivați atunci când ceea ce învață este la un nivel *imediat* superior față de aptitudinile lor din acel moment.[98] În contextul sălii de clasă asta înseamnă că un profesor îi îndrumă să depășească obstacolul reprezentat de sarcină, dar nu într-atât de mult încât aceștia să simtă că aptitudinile lor existente la acel moment nu au fost utile în raport cu descoperirea soluției

la sarcină. Vîgotski a numit aceasta „zona proximei dezvoltări", pe care a și reprezentat-o în această diagramă simplă:

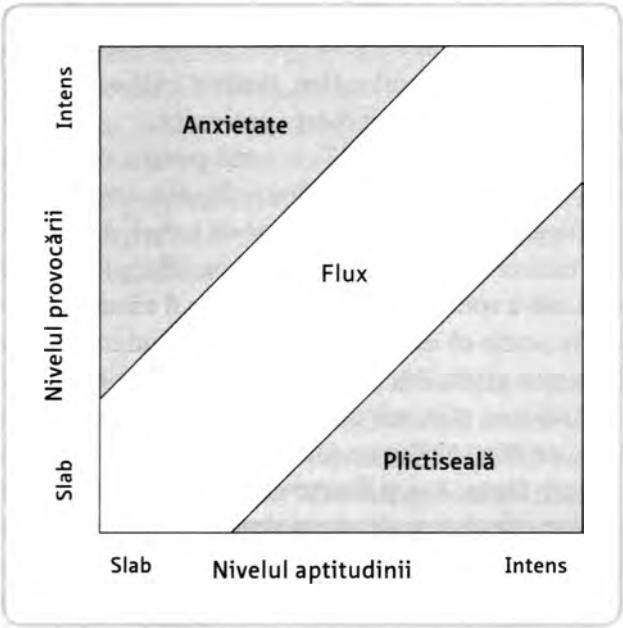
LUCRURI PE CARE ÎNVĂȚĂCELUL NU LE POATE FACE DELOC
ZONA PROXIMEI DEZVOLTĂRI (LUCRURI PE CARE ÎNVĂȚĂCELUL LE POATE FACE DACĂ PRIMEȘTE AJUTOR)
LUCRURI PE CARE ÎNVĂȚĂCELUL LE POATE FACE FĂRĂ SĂ PRIMEASCĂ AJUTOR

Atunci când se joacă, adulții nu sunt instruiți de un profesor – dar un joc bine conceput dă iluzia îndrumării. (Amintiți-vă de primul nivel al jocului Super Mario Bros. al lui Shigeru Miyamoto, care îi purta pe jucătorii noi prin elementele de bază ale jocului.) Cei care joacă Tetris, indiferent de aptitudinile lor, își petrec cea mai mare parte a timpului în zona proximei dezvoltări. La fel ca participanții la experimentul lui Haier, se luptă cu cel mai lent nivel al jocului până când își dezvoltă încet o senzație de stăpânire care le permite să joace al doilea nivel, apoi al treilea și tot așa. Dificultatea jocului

crește progresiv – dar aptitudinile țin pasul – sau mai degrabă sunt la un nivel imediat sub cel mai dificil nivel la care au reușit să ajungă.

Zona proximei dezvoltări oferă o motivație profundă. Nu doar înveți eficient; ci te și bucuri de proces. În 1990, un psiholog ungur, Mihaly Csikszentmihalyi, a publicat *Flow**, o carte clasică despre beneficiile psihice ale depășirii unei provocări. (Unul dintre profesorii mei mi-a spus să îi pronunț numele lui Csikszentmihalyi ca și cum aș spune „chick-sent-me-high", lucru pe care mi l-am amintit întotdeauna.) Csikszentmihalyi observase că mulți artiști se lăsau profund furați de actul creator – atât de profund încât puteau să treacă ore întregi fără să simtă nevoia să mănânce sau să bea. Așa cum a explicat Csikszentmihalyi, atunci când oamenii se lasă cuprinși de flux – cunoscut și ca a intra „în zonă" – se cufundă atât de mult în sarcina la care lucrează încât pierd noțiunea timpului. Unii vorbesc despre o senzație profundă de bucurie sau extaz atunci când intră în zonă; o euforie rară și durabilă care pare să se arate doar în aceste ocazii rare caracterizate de provocări și de abilitatea de a depăși la limită acele provocări. (Așa cum a recunoscut Csikszentmihalyi, fluxul este de secole o parte semnificativă a multor filozofii orientale și religii. Contribuția lui majoră a fost rafinarea și adaptarea ideii pentru un public nou.) Csikszentmihalyi a lucrat la o diagramă utilă care arată de ce creșterea progresivă a dificultății este o parte atât de importantă a fluxului:

* Carte apărută și în limba română cu titlul *Flux. Psihologia fericirii*, traducere din engleză de Monica Lungu, Editura Publica, 2015 (n.t.).



Fluxul – canalul care se desfășoară între zona din stânga jos și cea din dreapta sus a diagramei – descrie experiența confruntării unei provocări medii cu nivelul necesar de abilitate pentru a depăși acea provocare. Ambele ingrediente sunt esențiale. Dacă provocarea este intensă, dar nu ești suficient de priceput, vei resimți anxietate; dacă ai aptitudini, dar provocarea e slabă, te vei plictisi.

În contextul jocurilor, experții numesc această senzație *bucla ludică* – din latinescul *ludere*, care înseamnă jucăuș. Intrăm într-o buclă ludică atunci când, imediat după ce ne-am bucurat de scurtul fior aferent rezolvării unui element din ansamblu, apare un nou element incomplet. Bucla ludică poate să apară în timpul unui joc solicitant, într-un joc de cuvinte dificil, în sarcini de lucru repetitive, dar care ne

stimulează, pe aparatele de jocuri de noroc electronice care ne oferă mici câștiguri între multe pierderi și în nenumărate alte experiențe în care ne cufundăm. Buclele ludice, la fel ca toate experiențele din flux, sunt foarte puternice.

Când am vizitat reSTART, centrul pentru dependenți de internet, am întrebat-o pe una dintre fondatoare, Cosette Rae, dacă ea fusese vreodată dependentă de jocuri. A fost norocoasă că s-a născut cu câțiva ani înaintea puștilor pe care îi tratează astăzi, mi-a spus aceasta. „Dacă m-aș fi născut cu zece ani mai târziu poate că aș fi devenit și eu dependentă. Îmi amintesc că jucam Myst. Era minunat! Dar era lent și se bloca, iar eu mă gândeam, pfiu, am deja prea multe de făcut." Și eu îmi amintesc de Myst.[99] Era un joc de aventură cu diferite avataruri, superb făcut. Era și foarte greoi, pentru că la începutul anilor 1990 calculatoarele pur și simplu nu puteau să facă față solicitărilor la care erau supuse cipurile de memorie și plăcile grafice sau de sunet. În anul 2000, o revistă cu numele *IGN* a publicat un editorial cu titlul „Mai merită jucat astăzi cel mai bine vândut joc pentru calculator?". Concluzia era: nu. Myst îmbătrânise teribil și să-l joci „era ca și cum te-ai uita la programele TV de mare succes din anii 1970. «Se uita lumea la așa ceva?», te întrebi îngrozit". Pacienții de la reSTART joacă acum jocuri inspirate de Myst și de contemporanii lui. Marea diferență este că rulează lin, grafica le este fără cusur și aproape că nu te forțează vreodată să-ți repornești calculatorul.

Ceea ce jucătorii înrăiți percep a fi progres, Rae vede ca fiind periculos. Experiența ei cu Myst a inspirat-o, cincisprezece ani mai târziu, să creeze bariere artificiale care să întrerupă formarea buclelor ludice. Ea nu își dorește să aibă experiențe în flux acolo unde sunt implicate jocuri, telefoane, e-mailuri și internet. „Când analizezi de ce folosesc oamenii aceste dispozitive mai rar, afli că au ajuns să fie enervante – un obstacol. Obișnuiam să îmi cumpăr cele mai recente și cele

mai bune dispozitive tehnologice, cele mai noi și cele mai bune programe pentru calculator, și am învățat, ca strategie de diminuare a pagubelor, să aștept doi sau trei ani înainte de a cumpăra un produs. Sinele dependent vrea mai multă putere și mai multă viteză, acces rapid, ce e mai nou și ce e mai bun. Așadar, îmi încurajez prietenește sinele non-dependent și îi spun «bravo!» – că nu te-ai dus să-ți cumperi noul iPhone; că nu ți-ai actualizat calculatorul."

Nu toată lumea evită tentațiile cu atâta determinare. La fel ca Aleksei Pajitnov cu 30 de ani înaintea lui, un designer irlandez de jocuri pe nume Terry Cavanagh juca fără oprire unul dintre propriile sale jocuri.[100] Cavanagh este un creator prolific, dar este cunoscut în mod special pentru un joc numit Super Hexagon. Jocul aparține unui gen cunoscut sub numele de jocuri „de reflex"* pentru că necesită dezvoltarea unor reacții foarte rapide, aproape supraomenești. Obiectivul este îndrumarea unei săgeți de mici dimensiuni în jurul unui traseu circular amplasat în centrul ecranului, în timp ce încerci să păstrezi distanța de pereții care se apropie, preț de 60 de secunde. Spre deosebire de multe jocuri care prind la public, acesta nu începe progresiv – e dificil de la primul nivel. (Închipuiți-vă că Tetris ar începe cu ritmul nivelului 8.) Chiar și cel mai lent dintre cele șase niveluri ale jocului este neiertător, iar eu a trebuit să joc multe ore până să trec de acel nivel. (În continuare nu am depășit vreodată cel de-al treilea nivel al jocului.) Super Hexagon este atât de dificil încât unii designeri îl numesc „masocore" – un joc aproape de cruzime – „masochist" – care pedepsește.

---

* „Twitch games", în original (n.r.).

În timp ce rafina Super Hexagon în 2011 și 2012, Cavanagh l-a jucat iar și iar. A observat, așa cum i s-a întâmplat lui Pajitnov cu primele versiuni ale Tetrisului, că făcea progrese rapid. Ceea ce păruse inițial dificil devenise ușor prin exercițiu, iar acest sentiment de stăpânire dădea dependență. „Cred că, dacă poți termina primul nivel și îți place, poți termina tot jocul", a spus Cavanagh în timpul unui interviu. „Am văzut asta la cei care au testat varianta beta – se gândeau că «ei bine, chestia asta e pur și simplu prea dificilă pentru mine» și apoi ajungeau în punctul în care reflexele le erau suficient de bune și înțelegeau jocul suficient de bine încât chiar puteau să îl termine. Despre asta este jocul. Ar trebui să fie o provocare de depășit."

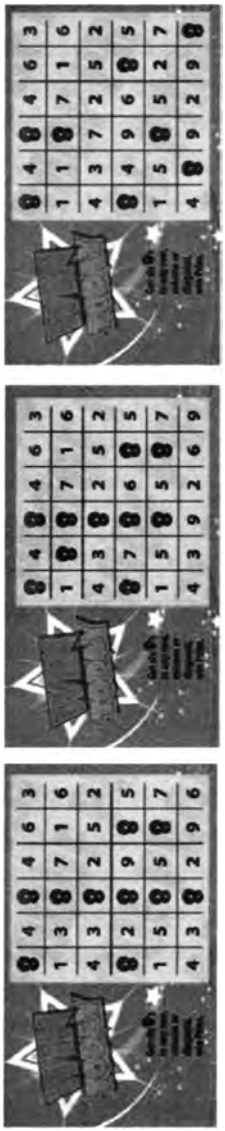
Jocul a fost un mare succes în comunitatea jocurilor indie și a câștigat câteva premii importante în 2012 și 2013. Dar în ciuda faptului că atrăgea o mulțime de fani, Cavanagh avusese un avantaj de la bun început și părea să fie cel mai bun jucător de Super Hexagon din lume. În septembrie 2012, la o conferință numită Fantastic Arcade, a jucat cel mai greu nivel al jocului în fața unui public numeros. Puteți să îi urmăriți reprezentația uluitoare pe YouTube. Timp de 78 de secunde execută o serie de mișcări rapide care sunt dificil și de urmărit, darămite să le poți face tu însuți. Săgeata micuță tot sare pe ecranul proiectat în spatele lui Cavanagh și mulțimea răsuflă ușurată când termină jocul. Sărbătorește spunând încet, destul de timid, că „acum există un procent mult mai mare de oameni care să fi văzut acest final".

La început, Super Hexagon pare să fie prea dificil pentru a fi tentant, dar Cavanagh a integrat o serie de ancore care să îi împiedice pe începători să renunțe. Un joc mediu durează la început doar câteva secunde și rareori ține mai mult de un minut, ceea ce înseamnă că niciodată nu investești prea mult timp și energie într-o singură tură. „Pentru că e atât de scurt,

eu sper că este destul de tentant", a spus Cavanagh. „Sunt foarte mulțumit de felul în care funcționează acest aspect al jocului. Nu există niciun moment în care să simți cu adevărat că pierzi din progres, nici măcar atunci când eșuezi la finalul unei ture de 59 de secunde. Imediat te apuci de ea din nou, pentru că jocul este calibrat în așa fel încât să nu îl simți ca un eșec." Imediat ce se termină, jocul începe iar, fără pauză. Nu îți dă timp să te lamentezi după înfrângere și, înainte să-ți dai seama, te concentrezi deja la o nouă rundă, de parcă seria de eșecuri de dinainte nu s-ar fi întâmplat niciodată. Bucla ludică este menținută și nu ești niciodată smuls din flux. Coloana sonoră a jocului are același efect. „Muzica începe dintr-un punct aleatoriu atunci când o iei de la început", a spus Cavanagh. „Dacă muzica ar fi început de fiecare dată de la începutul începutului, atunci de fiecare dată când pierdeai te-ai fi simțit cam așa: «Of, am pierdut și trebuie să o iau iar de la capăt». Este cu adevărat important să nu te simți așa, să nu simți că ai pierdut."

Și mai era ceva la Super Hexagon care m-a vrăjit: senzația că victoria era foarte aproape. Sigur, primele câteva sute de tentative le-am terminat cu eșecuri, dar întotdeauna am avut acea senzație, că printr-o scurtă apăsare a butonului voi fi îndrumat mica săgeată în direcția opusă zidului care se apropia. Eram sigur că data viitoare voi termina la timp nivelul. Astfel de *aproape-victorii*, situații în care ești sigur că te apropii de câștig, în ciuda faptului că eșuezi exact înainte de a izbândi, dau mare dependență – de fapt, adesea mai mult decât câștigurile autentice.

Știm asta dintr-o lucrare pe care au publicat-o în 2015 două profesoare de marketing.[101] În cadrul unui experiment au cerut unui grup de cumpărători să răzuiască lozuri. Lozurile



care aveau numărul opt de șase ori la rând îi aduceau norocosului cumpărător un premiu de 20 de dolari. Coordonatorii experimentului au conceput lozurile în așa fel încât să afișeze o victorie (jos), o aproape-victorie (centru) sau un eșec categoric (sus).

Cei mai mulți cumpărători răzuiau lozurile începând din colțul din stânga sus și continuând spre colțul din dreapta jos, ceea ce însemna că descopereau rapid dacă se aflau în condiția de „eșec categoric". Cei din celelalte două situații experimentale beneficiau de un debut grozav, dar în cele din urmă câștigătorii câștigau, iar aproape-câștigătorii pierdeau în momentul în care ajungeau la esențialul rând final. În acest studiu și în altele participanții la experiment desfășurau o altă activitate după ce câștigau sau pierdeau, în timp ce coordonatorii le monitorizau discret comportamentul. În fiecare caz, cei care aproape-câștigaseră au fost mai motivați și mai

hotărâți, indiferent ce făceau. Au cumpărat mai multe produse din magazine, au ordonat mai rapid și mai eficient o serie de cartonașe numerotate și au mers mai repede pentru a obține o recompensă fără legătură. Cercetătorii au descoperit chiar și că salivau mai mult – produceau mai multă salivă – după o aproape victorie față de situația unei înfrângeri categorice. Experiența unei aproape-victorii ne pune pe jar și ne impulsionează să facem ceva – orice – pentru a ușura senzația de dezamăgire care urmează după un eșec pe ultima sută de metri. Alți cercetători au descoperit tipare similare, sugerând, de exemplu, că pariorii înrăiți preferă să joace mai degrabă jocuri care duc la aproape-victorii în 30% din ture decât atunci când duc la aproape-victorii în 15% din ture sau deloc.

Aproape-victoriile semnalează că succesul este aproape. De aceea am continuat să joc Super Hexagon, în ciuda nenumăratelor eșecuri. În contextul unui joc de îndemânare, așa ceva este perfect logic – o aproape-victorie transmite semnalul util că suntem aproape de a câștiga. Cu exercițiu și efort suntem predispuși să atingem acel obiectiv. Dar uneori acel semnal nu înseamnă nimic, mai ales atunci când jocul se bazează exclusiv pe noroc. După cum mi-a spus antropologul Natasha Dow Schüll, așa îi prind în mreje cazinourile pe pariori. Câștigurile la automatele cu jocuri de noroc electronice par să fie năucitor de aproape, când, de fapt, nu există niciun fel de diferență concretă între o aproape-victorie și un eșec categoric. Niciuna dintre variante nu transmite semnalul că ai șanse mai mari sau mai mici să câștigi premiul cel mare în viitor, din moment ce este ilegal să modifici probabilitățile de câștig la orice tură anume.[102]

A doua cea mai mare problemă cu jocurile de noroc cu fise este că te momesc. Nu poți să treci pe lângă un astfel de aparat care să fie bine conceput și să nu încetinești măcar ca să te uiți

puțin. Totuși cea mai mare problemă este că refuză să te lase să te oprești din jucat odată ce începi. Ceea ce fac cel mai bine este să îți distrugă șansa de a te opri.

În anii 1990, psihologul Paco Underhill a devenit cunoscut pentru că a urmărit mii de ore de înregistrări surprinse de camerele de luat vederi dintr-un magazin.[103] Camerele au înregistrat tot felul de comportamente de cumpărare, dintre care multe banale, dar unele au fost interesante și utile pentru patronii magazinului care îi solicitaseră ajutorul lui Underhill. Una dintre cele mai cunoscute observații făcute de Underhill a fost așa-numitul *efect de atingere a fundului*. În magazinele aglomerate, unde rafturile cu mărfuri sunt așezate la doar câțiva centimetri distanță între ele, clienții sunt forțați să se strecoare unii pe lângă alții. Înregistrările lui Underhill au surprins sute de astfel de atingeri între posterioare, iar el a observat un tipar comportamental interesant: imediat ce erau atinse femeile, și bărbații într-o mai mică măsură, aveau tendința să se oprească din scrutat și adesea plecau din magazin cu mâna goală. Aceste intersectări fizice costau magazinele o mulțime de bani, așa că el a trimis o echipă care să investigheze de ce. Abandonau clienții magazinul ca o formă de protest? Erau dezgustați de ideea de a atinge un străin? De fapt, clienții habar nu aveau că reacționau la aceste atingeri. Recunoșteau că ieșiseră din magazin, dar aproape întotdeauna spuneau că nu avusese nimic de-a face cu prezența altor cumpărători. Uneori aveau un motiv întemeiat pentru care plecaseră – întârziau la o întâlnire sau trebuiau să își ia copiii de la școală –, dar tiparul chiar era prea puternic pentru a fi ignorat. Ceea ce identificase Underhill era o *regulă de oprire* – un semnal care le spunea clienților să se oprească din cumpărat. Regula nu era ceva

ce puteau explica acești clienți, dar era acolo, modelându-le oricum comportamentul.

Avem tendința să trecem cu vederea motivele pentru care ne oprim din ceva, pentru că adesea pare mai important pe termen scurt să ne întrebăm de ce încep oamenii să fac ceva nou, și nu de ce se opresc din a face ceva vechi. Dacă vindeți ceva, prima întrebare este mai degrabă cum puteți să îi încurajați pe oameni să folosească produsul vostru, și nu cum îi veți opri să treacă la altul. Dacă sunteți un doctor care încearcă să își încurajeze pacienții să facă mișcare, prima întrebare este cum îi puteți convinge să înceapă să se miște – nu cum îi puteți păcăli să se țină de asta. Și, dacă sunteți profesor, prima voastră întrebare este mai degrabă cum puteți să îi încurajați pe elevi să învețe decât cum îi puteți motiva să continue să învețe în timp. Trebuie să vă întrebați de ce încep oamenii să facă lucruri înainte să vă întrebați de ce se opresc, dar regulile de oprire au un rol uriaș, care adesea este trecut cu vederea în influențarea comportamentelor obsesive și care dau dependență.

Din păcate, aceleași tehnologii noi care ne fac viața mai ușoară ne și încurcă regulile de oprire. Tehnologiile tip accesoriu, cum ar fi Apple Watch și FitBit, vă permit să vă monitorizați antrenamentele, dar în același timp vă descurajează să dați atenție indiciilor din interiorul corpului care v-ar spune că sunteți epuizați. Atât Katherine Schreiber, cât și Leslie Sim, cele două experte în dependența de exerciții fizice pe care le-am menționat mai devreme, cred că tehnologiile de tip accesoriu agravează problema. „Tehnologia joacă un rol chiar și în direcția consolidării atitudinii față de calcul", mi-a spus Schreiber. „De exemplu, întărește ideea de cât de multă atenție acordăm unei plimbări cu un anumit număr de pași sau de câte ore de somn în fază REM [Rapid Eye Mouvement]

beneficiem. Eu nu am folosit niciodată un astfel de dispozitiv, pentru că știu că m-ar înnebuni.[104] Este un factor declanșator pentru tot felul de comportamente care dau dependență." Sim a comparat dispozitivele FitBit cu număratul de calorii, care „nu ne ajută să ne gestionăm mai bine greutatea: doar ne fac să devenim mai obsesivi". Număratul de calorii ne face să devenim mai puțin intuitivi în raport cu ce mâncăm, iar Sim s-a întrebat și dacă nu cumva ne-au făcut tehnologiile purtabile mai puțin intuitivi în raport cu activitatea fizică. Unii dintre pacienții ei spun chestii ca „dacă am reușit să fac numai paisprezece mii de pași astăzi, chiar dacă sunt foarte obosit și am nevoie de odihnă, trebuie să ies și să îmi fac cei două mii de pași restanți". Și aceste rezultate sunt îngrijorătoare, pentru că cea mai sănătoasă abordare a exercițiilor fizice cu moderație și a nutriției corecte este să ne bucurăm de ele – să cultivăm o preferință intrinsecă pentru salate și plimbări de 30 de minute în detrimentul hamburgerilor și al sedentarismului. Din păcate, număratul de calorii și pași ne sufocă motivația intrinsecă printr-un semnal care spune că suntem sănătoși doar pentru că încercăm să atingem obiective numerice.

Aceeași tehnologie care îi face pe oameni să facă mișcare în exces îi și leagă de locul de muncă 24 de ore pe zi.[105] Până de curând, oamenii lăsau munca în urmă odată ce plecau de la birou, dar acum, concomitent cu apariția telefoanelor inteligente, a tabletelor, a conexiunilor la distanță și a e-mailurilor la care avem acces de oriunde, acea regulă de oprire nu mai este valabilă. Începând cu sfârșitul anilor 1960, dar mai ales în ultimele două decenii, lucrătorii japonezi tot vorbesc șoptit despre *karoshi*, ceea ce înseamnă literal „moarte din cauza lucrului în exces". Termenul se aplică angajaților, mai ales directorilor de nivel mediu și înalt, care se străduiesc din răsputeri să se oprească din munca lor la sfârșitul zilei. În consecință, mor

prematur din cauza unor atacuri cerebrale, infarcte și a altor afecțiuni generate de stres. De exemplu, în 2011 media a vorbit despre un inginer care a murit la birou, într-o companie care se ocupa cu tehnologia calculatoarelor – Nanya. Inginerul lucrase între 16 și 19 ore pe zi, uneori de acasă, iar autopsia sugera că ar fi murit din cauza unui „șoc cardiogenic".

O temă recurentă în cazurile de karoshi este faptul că victimele petrec la locul de muncă mult mai mult timp decât este necesar. Adesea sunt persoane de succes, care au suficienți bani. Bunăstarea lor imediată nu depinde de cât de mult timp petrec la muncă, dar, dintr-un motiv sau altul, par să nu se poată opri. În 2013, Chris Hsee, profesor de administrare a afacerilor la Universitatea din Chicago, a scris o lucrare alături de trei dintre colegii săi despre motivul pentru care oamenii au reguli de oprire atât de șubrede în raport cu munca. În cadrul unui experiment, cercetătorii le-au dat studenților ocazia să câștige bomboane de ciocolată. În timpul experimentului, studenții puteau fie să asculte muzică plăcută, liniștitoare, fie să îndure un ton enervant. Unii dintre studenți au câștigat câte o bomboană pentru fiecare 20 de ocazii în care au ascultat tonul. Era neplăcut și în cele din urmă le aducea studenților bomboane de ciocolată (un fel de salariu), așa că cercetătorii au considerat-o o formă de muncă. În medie, studenții au câștigat zece bomboane, ceea ce pare să fie un rezultat bun – asta până când vă dați seama că nu au mâncat decât o medie de patru bomboane la sfârșitul experimentului. Odată ce intrau în bucla câștigării unui salariu, nu se puteau opri nici când aveau suficient în bancă. Erau atât de insensibili la regulile de oprire, încât au petrecut prea mult timp muncind și insuficient timp relaxându-se. Așa cum a descoperit Kent Berridge, neurologul cu care v-am făcut cunoștință în capitolul al treilea, uneori oamenii continuă să își dorească un

comportament multă vreme după ce încetează să le mai aducă bucurie. Studenții, odată ce deveneau blocați pe modul muncă, nu păreau să se poată opri nici măcar când beneficiile muncii scădeau. La finalul lucrării cercetătorii speculau că:

> Câștigurile în exces s-ar putea să fie o regulă implicită supragneralizată. În cea mai mare parte a istoriei omenirii rata câștigurilor a fost mică. Să câștigi și să acumulezi cât mai mult posibil era o regulă funcțională pentru supraviețuire; indivizii nu trebuiau să-și facă griji prea mari pentru câștiguri, pentru că nu puteau câștiga prea mult... La fel ca mâncatul în exces, câștigul în exces este o problemă a epocii moderne, care se naște din progresele făcute la nivelul productivității și presupune potențiale consecințe pentru oameni.

Puteți vedea aceeași distrugere a regulilor de oprire și în alte domenii. Până destul de curând pariorii înrăiți alimentau aparatele cu bancnote, dar acum joacă pe carduri care le înregistrează câștigurile și pierderile. La fel, cumpărătorii plătesc pentru cumpărături cu carduri de credit. În ambele cazuri e dificil să monitorizezi pierderile care se adună și care ar putea transmite un semnal de oprire, dacă ar fi mai evidente. În loc să vadă cum li se diminuează teancurile de bancnote din portofele, cumpărătorii și pariorii folosesc un singur card care înregistrează la distanță și în mod abstract fiecare pierdere și fiecare cheltuială.

Într-o lucrare clasică, profesorii de marketing Dražen Prelec și Duncan Simester au arătat că oamenii vor plăti până la de două ori mai mult pentru același obiect atunci când folosesc o carte de credit decât atunci când plătesc cash.[106] Cardurile de credit, la fel ca cele folosite în automatele de jocuri de noroc electronice, ascund de cheltuitor feedbackul, iar el trebuie să țină socoteala câștigurilor și a pierderilor.

American Express a consacrat cândva sloganul „Nu pleca de acasă fără el", dar Prelec și Simester au inversat isteț acel slogan la 180 de grade în momentul în care și-au intitulat lucrarea „Întotdeauna să pleci de acasă fără el".

Am auzit iar și iar povești similare de la creatorii de jocuri care vorbeau despre o mișcare din ce în ce mai puternică pentru design etic de jocuri. Directorul Centrului pentru jocuri de la NYU, Frank Lantz, mi-a spus că FarmVille și alte jocuri de pe Facebook au avut succes și pentru că, odată ce te-au prins, nu-ți mai dau drumul niciodată. „Jocurile de pe Facebook rulează 24 de ore pe zi – sunt jocuri permanente. Nu sunt jocuri pentru care trebuie să începi o sesiune, apoi să joci, să-ți salvezi rezultatele și apoi să te întorci mai târziu și să începi o altă sesiune. Ele rulează pur și simplu oricând vrei să le joci." Distracția nu se termină niciodată, pentru că jocul nu impune propria regulă de oprire. Nu există capitole, sesiuni sau niveluri care să îți spună când începe și când se termină sesiunea de joc. Bennett Foddy a confirmat: „Unii designeri sunt cât se poate de mult împotriva jocurilor cu format infinit, cum ar fi, de exemplu, Tetris, pentru că abuzează de o slăbiciune a structurii motivației umane – anume că jucătorii nu vor reuși să se oprească. În schimb, preferă să facă jocuri care să te prindă până când ajungi la sfârșit – și atunci se termină și ești eliberat."

Unele jocuri se prefac că aderă la această idee printr-un anunț care vă spune să vă opriți și să luați o pauză atunci când sunteți de prea mult timp în joc. Dar aceste avertizări nu au nicio putere și, dintr-un anumit punct de vedere, parcă te tachinează să continui să joci. Eu am jucat un joc de strategie care se numea 2048, joc la modă vreme de câțiva ani în metrourile din New York. (Eu am descoperit jocul întrebând un alt călător din metrou – a zecea persoană pe care o văzusem jucând asta în doar câteva zile – ce juca.) Undeva la începutul jocului apărea

un mesaj de tipul: „Mulțumesc. Bucură-te de joc și nu uita să iei o pauză, dacă ai nevoie!". Imediat sub acel anunț există un buton care duce la magazinul de aplicații Apple, unde ți se oferă o mulțime de jocuri care dau la fel de multă dependență, multe concepute de aceeași echipă de design. Soluția, cel puțin din punctul de vedere al creatorilor jocului 2048, este să te oprești din jucat, oferindu-ți o serie de alte jocuri în loc.

Așa cum s-a întâmplat cu Tetris și 2048, oamenilor li se pare irezistibil ținutul dintre „prea ușor" și „prea dificil". Este tărâmul lui suficient-de-provocator pentru jocuri pe calculator, obiective financiare, ambiții profesionale, obiective în rețelele sociale și țeluri pentru fitness. Experiențele care dau dependență trăiesc în acest loc în care regulile de oprire se destramă în fața stabilirii obsesive de noi obiective. Experții de pe nișa tehnologiei, creatorii de jocuri și designerii de produs își ajustează mărfurile pentru a se asigura că le crește progresiv complexitatea pe măsură ce utilizatorii își dezvoltă înțelegerea și priceperea.

8 | Suspans

Un microbuz derapează de pe un drum de munte și se balansează pe muchia unei stânci. Microbuzul este o carcasă goală fără scaune. Înăuntru se află unsprezece hoți și grămada lor de aur furat. Bărbații se îngrămădesc într-un colț, în timp ce aurul alunecă ușor în direcția opusă, dezechilibrând microbuzul și trimițându-l spre pieire. Unul dintre bărbați se târăște încet spre aur. Singurele sunete care se aud sunt târâitul lui, scârțâitul microbuzului și șuierul vântului. Ajunge la mai puțin de 60 de centimetri de aur, dar autobuzul se înclină și mai mult și aurul alunecă mai departe decât poate el să ajungă. Apoi se întoarce pe spate, se uită la ceilalți și spune calm: „Stați o clipă, băieți. Am o idee grozavă". Povestea se termină.

În vara lui 1969, mii de cinefili s-au bucurat de primele 94 de minute ale filmului *The Italian Job*, dar mulți au urât asta – ultimul minut, cel de-al 95-lea. Așa cum chiar ei au spus-o, finalul a fost „ridicol", „o mizerie pretențioasă", „oribil", „o porcărie", „frustrant", „deloc amuzant", „fără scrupule", „fără inimă", „o prostie", „ca o băutură acidulată complet răsuflată", „plăcut poate doar dacă ai fi suferit o lobotomie".[107] E nevoie de un final special pentru a provoca o asemenea revoltă și acel final s-a dovedit a fi lipsa unui final: un moment de suspans, la propriu și la figurat. Aici problema era că spectatorii se implicaseră în poveste timp de o oră și jumătate și, la fel ca toți oamenii, se așteptau la un deznodământ. Dacă vi s-a refuzat vreodată să vi se spună poanta de la sfârșitul unei glume, veți

ști că e mai bine să nu fi auzit nimic decât să fi auzit tot, mai puțin deznodământul.

După 40 de ani, lituaniana Bluma Zeigarnik, psiholog, a dat peste puterea suspansului.[108] Își savura cafeaua într-o cafenea micuță din Viena, când a observat că ospătarul care o servea își amintea comenzile clienților lui cu o claritate supraomenească. Când se apropia de bucătărie știa să îi spună bucătarului să pregătească ouă Benedict pentru masa cu numărul șapte, o omletă cu șuncă și cu brânză pentru masa cu numărul doisprezece și scrob pentru masa cincisprezece. Dar imediat ce ajungeau la mesele șapte, doisprezece și cincisprezece, le uita cu desăvârșire. Fiecare comandă avea pentru chelner un moment de suspans inclus, care se rezolva în momentul în care felul potrivit ajungea la clientul potrivit. Ospătarul lui Zeigarnik își amintea de comenzile în curs de pregătire pentru că nu-i dădeau pace – îl sâcâiau la fel cum autobuzul în balans îi sâcâise pe spectatorii frustrați care văzuseră *The Italian Job*. În momentul în care chelnerul ducea la masă fiecare comandă, elementele de suspans ajungeau la un deznodământ și mintea îi era liberă să se concentreze pe noul punct de suspans pe care i-l aducea următoarea comandă.

Zeigarnik a conceput un experiment menit să dezvăluie efectul cu mai multă atenție și a invitat un grup de adulți în laboratorul ei pentru ca aceștia să lucreze la 20 de scurte sarcini diferite. Unele dintre acestea erau manuale, ca modelarea de figurine din lut și asamblarea de cutii, iar altele erau cognitive, ca sume aritmetice și puzzle-uri. Zeigarnik le-a permis participanților să finalizeze unele dintre sarcini, dar i-a întrerupt înainte să poată termina altele și i-a obligat să treacă mai departe, la următoarea sarcină. Participanții nu se arătau

dispuși să se oprească și uneori au obiectat destul de puternic. Unii chiar erau furioși, ceea ce demonstrează cât de multă tensiune provoca Zeigarnik prin întreruperile ei. La finalul experimentului le-a cerut să își amintească sarcinile, cât de multe puteau.

Rezultatele au fost frapante. La fel ca ospătarul din Viena, participanții ei și-au amintit cam de două ori mai multe sarcini neterminate decât finalizate. La început Zeigarnik s-a întrebat dacă nu cumva fuseseră mai memorabile sarcinile neterminate pentru că participanții avuseseră un mic „șoc" în momentul în care au fost întrerupți. Dar când a făcut un experiment similar, din nou întrerupându-și participanții în timp ce aceștia îndeplineau niște sarcini, dar acum permițându-le să le ducă la bun sfârșit, efectul a dispărut. Nu întreruperile fuseseră cele care făcuseră ca sarcinile să rămână memorabile, ci mai degrabă tensiunea aferentă imposibilității de a le termina. De fapt, sarcinile întrerupte care au fost finalizate ulterior nu s-au dovedit a fi mai memorabile decât cele duse la bun sfârșit fără întreruperi. Zeigarnik și-a sintetizat astfel rezultatele: „Când subiectul își propune să facă operațiile impuse de una dintre sarcini, se dezvoltă în interiorul lui și o cvasinevoie de finalizare a acelei sarcini. Aceasta este ca fenomenul sistemelor în tensiune care tind spre starea de echilibru. Finalizarea sarcinii înseamnă echilibrarea sistemului în tensiune sau eliminarea cvasinevoii. Dacă o sarcină nu este dusă la bun sfârșit, atunci o stare de tensiune se menține și cvasinevoia rămâne nesatisfăcută". Așa s-a născut Efectul Zeigarnik: experiențele incomplete ne ocupă mintea mult mai mult decât cele încheiate.

Odată ce începi să te uiți după el, Efectul Zeigarnik se vede peste tot. Să ne gândim la cântecele care-ți rămân în cap – melodii ușor de memorat pe care le auzi în minte iar și iar. Jeff Peretz, chitarist și profesor de muzică la Universitatea din New

York, mi-a spus că unele dintre aceste tipuri de cântece ajung la statutul de cult pentru că induc elemente de suspans care nu se rezolvă niciodată. El mi-a atras atenția la uriașul succes muzical „September" din 1978, interpretat de Earth, Wind & Fire, o combinație de percuție abruptă și energie îndrăzneață care începe cu versul „Îți amintești cea de-a 21-a noapte a lui septembrie?".[109] În 2014, anul în care cântecul împlinea 36 de ani, Verdine White, membru al trupei de multă vreme, a spus într-un interviu că „oamenii se căsătoresc acum pe 21 septembrie. Bursa înregistrează creșteri pe 21 septembrie. Fiecare puști pe care îl cunosc și are acum douăzeci și ceva de ani îmi mulțumește pentru că s-a născut pe 21 septembrie. Ei spun că este unul dintre cele mai populare cântece din istoria muzicii până în prezent".

Aceasta a fost epoca de aur a fenomenului disco și, în multe privințe, „September" este un model reprezentativ pentru muzica disco clasică. Dar în alte privințe este foarte neobișnuit. Multe cântece pop de succes respectă o progresie circulară standard a corzilor – se lansează ca o rachetă, plutesc o vreme deasupra platformei de lansare și în cele din urmă închid bucla melodică prin întoarcerea pe Pământ. În lumea ospătarului Blumei Zeigarnik, aceste melodii sunt comenzile servite: sunt satisfăcătoare, dar mintea le lasă în urmă când se termină și începe alt cântec.

Peretz susține că lucrurile nu stau așa și pentru „September". „Unul dintre aspectele uimitoare ale progresiei armonice a lui «September» este că niciodată nu se încheie. Face o buclă pe care vrei să o tot auzi. Și de aceea este încă atât de populară până în ziua de azi. Aceeași abordare este folosită și pentru tema principală a cântecului, pentru cor și pentru refren. Tot continuă și continuă. Cu siguranță aceste elemente contribuie la longevitatea sa. Are toate caracteristicile unei așa-numite

*obsesii muzicale**. Iar această reluare în buclă face cu atât mai dificil să scăpăm de ea odată ce ne-a rămas în cap." La multă vreme după ce vom fi uitat alte cântece, bucla infinită continuă să ne solicite atenția. La aproape 40 de ani după lansare, „September" rămâne o constantă la petreceri și nunți. (Coincidența face ca eu și soția să ne fi căsătorit în seara de 21 septembrie, în 2013, iar DJ-ul nostru a avut instrucțiuni clare să includă cântecul în program.)

Elementele de suspans din „September" nu se clarifică niciodată, dar unele cântece rezistă în mințile noastre pentru că își elucidează elementele de suspans în feluri neașteptate. În vara lui 1997, Radiohead și-a lansat melodia ajunsă la rang de cult „Karma Police", melodie care ilustra gradul de sofisticare muzicală al trupei. Cântecul folosește două versiuni subtil diferite ale unei singure melodii și, până când n-o vei fi ascultat de multe ori, nu știi pe care dintre ele ești pe cale să o auzi. Nu există nicio rimă sau vreo rațiune care să te îndrume, așadar, explică Peretz, te ține în suspans. „Cântecul te face să te întrebi pe care versiune din buclă o vei auzi. Pare ceva prea sofisticat ca să fie un accident și îmi închipui că atunci când [solistul] Thom Yorke scria cântecul, avea în minte ideea că de fapt karma este ceva ciclic. A atins exact ce trebuie cu asta. E un cântec de referință. La fel este și „Evil" al lui Stevie Wonder. Are o secvență care începe în do major, dar când te întoarce de unde ai plecat, te afli într-un alt loc. Nu te duce acasă."

„September" durează 3 minute și 35 de secunde captivante, dar pălește în fața unei categorii de experiențe care dau dependență și care țin publicul captiv luni întregi.

---

* În limba engleză, în original, *earworm* – în traducere literară „vierme în ureche" – se referă la fenomenul prin care o melodie răsună repetitiv în mintea cuiva timp îndelungat (n.r.).

În octombrie 2014, postul național de radio a început să transmită *Serial*, un podcast în douăsprezece părți care s-a transmis două luni și jumătate.[110] O echipă de jurnaliști coordonați de Sarah Koenig de la NPR* investigau dacă un elev de liceu din Baltimore, Adnan Syed, fusese închis pe nedrept în 1999 pentru uciderea fostei sale iubite, Hae Min. Alte transmisiuni de acest tip adunaseră și ele un anumit public, dar *Serial* a fost incredibil de popular și asta într-un fel unic. (Când i-am trimis lui Koenig un e-mail pentru a-i lua un interviu, mi-a refuzat cererea foarte politicos. „Mă tem că pur și simplu nu pot", mi-a spus ea. „Sunt oarecum prinsă în acest moment.") Timp de trei luni, nenumărate discuții au inclus întrebarea „Ai auzit de *Serial*?". Am vorbit despre acest podcast cu prieteni și străini peste tot și nu am fost singurul. Mai multe publicații importante au scris despre succesul înregistrat de *Serial* și multe dintre titlurile și paragrafele de introducere s-au concentrat pe caracterul generator de dependență al emisiunii:

> Gazda acestei non-ficțiuni despre misterul unei crime, captivante și care dă dependență, vorbește despre originile emisiunii și despre motivele pentru care e OK să îi „placă" pe cei cărora le ia interviuri.
> *Rolling Stone*

> Cele treisprezece stadii ale dependenței de *Serial*.
> *Entertainment Tonight*

> *Serial*: Varianta podcast care dă dependență a *This American Life*.
> *NBC News Online*

* Acronim pentru *National Public Radio*, postul național american de radio (n.t.).

Ira Glass și cei din spatele emisiunii *This American Life* au lansat de curând *Serial*, un podcast care dă dependență despre o crimă oribilă și despre bizarul proces care a dus la condamnarea unui puști de 17 ani. Și e mai bun decât cel mai bun episod din *Lege și ordine* pentru că îi include pe cei care au trăit propriu-zis tragedia – în plus, habar nu aveți cum se va termina.

Entertainment Weekly

Acest ultim citat surprinde la fix ingredientul magic din *Serial*: Koenig și echipa ei au lansat o buclă Zeigarnik, dar niciunul dintre ascultători nu știa când va fi închisă bucla (dacă se va închide vreodată). Va fi dezvăluit adevăratul criminal în episodul trei? În episodul nouă? În ultimul episod? Niciodată? La mijlocul seriei, Koenig a recunoscut că habar nu avea cum urma să se termine totul. După un an de interviuri și cercetare riguroasă, ea și echipa ei nu se apropiaseră deloc de rezolvarea singurei întrebări care conta cu adevărat: cine o omorâse pe Hae Min Lee? Publicul era complet fermecat, pentru că răspunsul păruse întotdeauna că ar fi fost la îndemână. Multe episoade au inclus unul sau două interviuri cu Syed, criminalul condamnat. Acesta părea întotdeauna că era pe punctul de a spune ceva care să îl incrimineze – sau ceva care să îi dovedească nevinovăția mai presus de orice dubiu. Și același lucru era valabil pentru numeroase alte interviuri. Una dintre cunoștințele lui Syed îi oferise acestuia un alibi care părea să îl plaseze la o bibliotecă exact când crima se presupune că avea loc la câțiva kilometri distanță. Dar acea pistă s-a destrămat și bucla a rămas deschisă.

Mii de ascultători au descărcat ultimul episod din transmisiune pe 18 decembrie 2014, sperând că vor găsi un răspuns. Dar nu l-au găsit. Koenig credea că Syed era nevinovat, dar a recunoscut că nu era complet sigură. Emisiunea s-a încheiat,

dar suspansul a rămas, iar ascultătorii au refuzat să depășească momentul. Au pus bazele unor grupuri de discuții online foarte animate. Tabăra care îl considera vinovat îi certa pe nevinovați pentru că ar fi fost naivi, iar tabăra nevinovaților le reproșa vinovaților că ar fi niște sceptici depășiți. Aproape 50 de mii de fani ai transmisiunii *Serial* și-au împărtășit opiniile pe o pagină dedicată subiectului *Serial* pe site-ul Reddit (sau pe un *subreddit*). Cea mai relevantă dovadă pentru faptul că implicarea lor era mai mult decât curiozitate a apărut pe 13 ianuarie 2015. Se împlineau șaisprezece ani de la uciderea lui Hae Min Lee și moderatorii de pe site au comemorat-o pe Lee prin suspendarea activității timp de 24 de ore. În loc, era afișat un scurt mesaj:

> Pe 13 ianuarie 1999 viața urma să se schimbe pentru totdeauna.
>
> Hae Min Lee a fost o persoană extraordinară.
>
> ...
>
> Astăzi se împlinesc șaisprezece ani de când viața ei s-a încheiat în mod tragic, iar viețile familiei și ale prietenilor au încetat să mai fie vreodată la fel.
>
> Deși uciderea lui Hae a fost punctul de pornire pentru emisiunea *Serial*, haideți să nu uităm niciodată de tragedie în sine.
>
> Din respect pentru memoria lui Hae, acest site se va cufunda în tăcere o zi, pentru ca toți să reflectăm la adevărata nedreptate din centrul unei dezbateri înflăcărate.

Mulți utilizatori au lăudat măsura, dar alții au intrat în sevraj după *Serial*. Un utilizator cu numele hanatheko a recunoscut: „Uau, sunt dependent... ultimele 24 de ore au fost dureroase și am căzut în depresie". Pentru hanatheko o zi fără site a fost o zi prea lungă. Alții au considerat că moderatorii nu aveau niciun drept să închidă site-ul fără motiv. Un utilizator a sugerat că acești utilizatori furioși „se comportă ca Biserica

Baptistă Westboro a nenorocitului de internet acum". Un altul, Muzorra, a evidențiat că printre „toate comentariile... victima întotdeauna se pierde și devine un număr într-o statistică și aproape nimic mai mult... ajunge să fie uitată imediat ce cineva face puțin mai dificil accesul la jucărie pentru o scurtă perioadă". În momentul în care site-ul a revenit la viață, la miezul nopții, hanatheko, Muzorra și mii de alți utilizatori au revenit la atac și apărare în sprijinul taberei vinovaților, a nevinovaților și a indecișilor.

Lansarea *Serial* la NPR a permis apariția unui potop de documentare despre crime reale nerezolvate. În februarie 2015, HBO a lansat *The Jinx*, care urmărește viața lui Robert Durst, un bărbat asociat cu mai multe crime nerezolvate. În ziua din ajunul lansării documentarului, Durst a fost arestat pentru una dintre acele crime – arestare motivată parțial de unele dintre descoperirile scriitorului Andrew Jarecki. Apoi, în decembrie 2015, Netflix a lansat un documentar în zece părți despre crime reale, serie intitulată *Making a Murderer*. Laura Ricciardi și Moira Demos, producătorii documentarului, l-au urmărit zece ani pe un bărbat pe nume Steven Avery, care fusese condamnat pentru uciderea unei tinere într-un oraș mic din Wisconsin. *The Jinx* și *Making a Murderer* au creat la fel de multă dependență ca *Serial* și ambele au atras valuri de laude și milioane de spectatori. Toate cele trei transmisiuni sunt abil produse – dar o bună parte a popularității lor are legătură cu ambiguitatea care le caracterizează. În *Slate*, Ruth Graham a scris despre *Making a Murderer:*

> „Aceasta este povestea perfectă pentru emisiunea de investigații *Dateline*", spune un producător angajat al *Dateline* despre cazul Avery din *Making a Murderer*. „E o poveste cu o schimbare de situație, care captează atenția oamenilor... Acum crima este

fierbinte." Însă, dacă *Dateline* își lasă spectatorii în suspans în timpul pauzelor de publicitate, formatul cu mai multe episoade al producțiilor ca *Making a Murderer* ne face să trăim suspansul la cote mult mai mari. Seria s-ar putea să aibă mai multă notorietate decât substanță, dar oferă aceleași recompense plăcute ca orice poveste a unei crime: „Biata femeie!" „Cine a făcut-o de fapt?" „Cineva trebuie să plătească!"

Vă dau ca exemplu episodul patru din *Making a Murderer*, care se termină cu o informație bombă... Un element care ne-a făcut pe mine și pe soțul meu să ne agităm pe canapea, negociind dacă să stăm sau nu până târziu pentru a mai vedea încă un episod. Cu un astfel de nivel de suspans, cum am fi putut să nu?

În timp ce scriu aceste rânduri, oamenii încă sunt înnebuniți după *Serial* și *Making a Murderer.* (*The Jinx* are și el publicul lui fidel, dar poate că e ceva mai rezervat, într-o anumită măsură din cauza arestării lui Durst și a lansării mai limitate a documentarului.) Paginile de pe Reddit dedicate emisiunii *Serial* și documentarului *Making a Murderer* continuă să genereze noi mesaje în fiecare zi. Dar, dacă cineva poate dovedi nevinovăția lui Steven Averi sau să îl descopere pe criminalul lui Hae Min Lee, buclele se vor închide și paginile vor intra în declin. Suspansul ține doar până când afli dacă autobuzul cade, un ospătar reține o comandă numai până când farfuria ajunge la clientul lui, iar soarta unui mafiot dintr-o suburbie din New Jersey rămâne interesantă doar câtă vreme nu știi dacă trăiește sau dacă moare.

Când a scris cel de-al 86-lea episod, și ultimul, din seria *Clanul Soprano*, David Chase a pus o întrebare la care a refuzat să răspundă: a murit Tony Soprano?[111] Timp de opt ani, capul Mafiei din New Jersey, Tony Soprano, a fentat moartea în timp

ce 92 dintre dușmanii și prietenii lui au dispărut. Aceștia au murit din cauza unor răni produse de arme de foc, bătăi, înec și cauze naturale; de la înjunghieri și atacuri de cord la strangulări și supradoze de droguri. Morțile lor i-au captivat pe spectatori, dar în niciun caz la nivelul la care i-a absorbit purgatoriul lui Tony.

Scena este legendară. Pe 10 iunie 2007, douăsprezece milioane de americani au privit cum Tony Soprano și familia lui s-au adunat la restaurantul lui Holsten. Un bărbat îmbrăcat cu o jachetă maro de piele intră în restaurant și se așază la bar. Privește scurt în spate, la familie, și se îndreaptă spre toaletă. În ultimele secunde ale serialului se aude cum sună un clopoțel la ușa de la intrare, Tony se uită spre ușă, iar ecranul se face negru. Timp de unsprezece secunde rămâne așa, iar opt ani de acțiune se reduc la o tăcere profundă. Mulți spectatori s-au întrebat dacă nu cumva li se stricaseră televizoarele sau le căzuse cablul exact atunci, dar în fapt aceasta a fost perspectiva lui Chase.

Fanii serialului au intrat în stare de șoc, așa că au apelat la Google. Motorul de căutare a înregistrat un potop de căutări pentru „ultimul episod din Clanul Soprano" începând cu ora 10:02 PM pe Coasta de Est, potop care a ținut până târziu în noapte. Căutând cu disperare un fel de răspuns, spectatorii au sperat că cineva de pe internet a fost mai sofisticat decât ei. (Opt ani mai târziu, și fanii podcastului *Serial* vor proceda la fel când vor apela la Reddit.) Criticii media fie au adorat episodul, fie l-au detestat și, fără excepție, și-au canalizat cea mai mare parte a energiei spre ultimele cinci minute. Ce se întâmplase? De ce trunchiase Chase povestea?

Au apărut două teorii concurente. Pe de o parte, poate că Chase încerca să sugereze că viața lui Tony și a familiei lui va continua și după sfârșitul serialului. La începutul scenei finale,

Tony băgase câteva monede într-un tonomat mic de la masa lui și a început să se audă melodia „Don't Stop Believin'"* a celor de la Journey. Ultimul lucru pe care l-au auzit spectatorii a fost vocea lui Steve Perry, rostind „Nu înceta...!". Chase a refuzat să îl lase pe Steve să ducă propoziția până la capăt și poate că cele două cuvinte care s-au auzit la căderea cortinei au fost un mesaj: serialul s-a terminat, dar viețile pe care le-a înfățișat nu vor înceta.

Pe de altă parte, mulți fani au fost convinși că ecranul negru și tăcerea reprezentau de fapt moartea lui Tony. Din moment ce Tony nu era viu pentru a mai putea intra în contact cu lumea după moarte, spectatorilor li s-a oferit același final abrupt. Soția lui și copiii urmau să trăiască și să-l audă pe Steve Perry cum cântă ultimul cuvânt din titlul cântecului, dar s-ar putea să fie estompat de împușcătura care îi frânsese viața lui Tony. Conform acestei teorii, bărbatul cu jacheta de piele era ucigașul lui Tony; ca un omagiu adus scenei preferate a lui Tony din *Nașul*, poate că bărbatul plecase la toaletă pentru a-și lua arma. Dacă Chase sugera că Tony murise, nu ar fi putut să aleagă un cuvânt final mai potrivit decât „stop!".

Jurnaliștii au cerut zgomotos să primească un răspuns și Chase le-a mai aruncat din când în când câte o firimitură drept răspuns. Continuă să îi amăgească și refuză o abordare categorică. În primul interviu pe care l-a dat după terminarea serialului a spus: „Nu am niciun interes să explic, să apăr, să reinterpretez sau să fac adăugiri față de ce este acolo. Pe cuvânt că nimeni nu încerca să fie îndrăzneț. Am făcut ce am crezut că trebuia să facem. Nimeni nu a încercat să șocheze lumea și nici nu s-a gândit cineva că «Uau, asta o să-i scoată din sărite»". După opt ani și câteva interviuri, fanii erau încă

* În traducere – „Nu înceta să mai crezi" (n.t.).

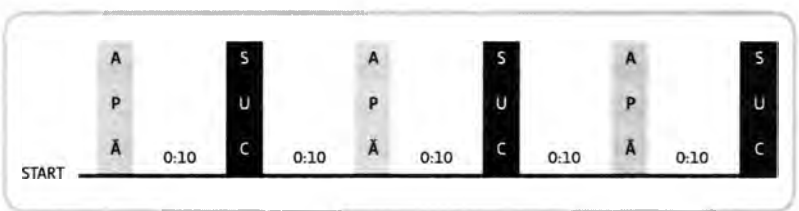
nesatisfăcuți. În aprilie 2015, Chase i-a spus unui scriitor că „A fost foarte simplu și mult mai direct decât crede lumea. Ori se termină aici pentru Tony, ori altădată. Dar, în ciuda acestui fapt, chiar merită. Așa că nu încetați să mai credeți." În unele interviuri părea să îl surprindă întrebarea. „Am văzut câteva apariții în presă care spuneau că «ăsta a fost un uriaș du-te naibii pentru public». Că ne-am căcat pe public. De ce am vrea să facem asta? De ce le-am oferi divertisment oamenilor timp de opt ani doar ca la final să le arătăm degetul mijlociu?"

Fanii *Serial* au fost mai mult dezamăgiți decât furioși, pentru că Sarah Koenig și-a dorit să afle cine o omorâse pe Hae Min Lee la fel de mult pe cât își dorea și publicul. Era de partea lor. Dar Chase a fost antagonist și le-a refuzat voit spectatorilor lui un răspuns la cea mai importantă întrebare pe care o pusese în opt ani. Maureen Ryan de la *Chicago Tribune* a reprezentat tabăra „supărăților" în editorialul pe care l-a intitulat „Îți bați joc de mine? Ăla a fost finalul *Clanului Soprano*?". Ea le-a spus cititorilor ei: „Puteți să spuneți că finalul a fost sadic. Puteți să spuneți despre el că e un final care lasă loc la o continuare. Oricum ar fi, îi va face pe fani să vorbească despre asta luni întregi". Un comentator pe nume Ryan a fost de acord. „Finalul a fost naspa! Ultimul cadru a distrus tot episodul. Am fost jefuiți... JEFUIȚI, dacă-ți spun!" Și totuși, cu toată mânia, la aproape un deceniu după, lumea nu se poate opri din vorbit despre ultimul episod al serialului. E ca și cum ar fi luat prea în serios ultimele două cuvinte din final rostite de Steve Perry: „Nu încetați!".

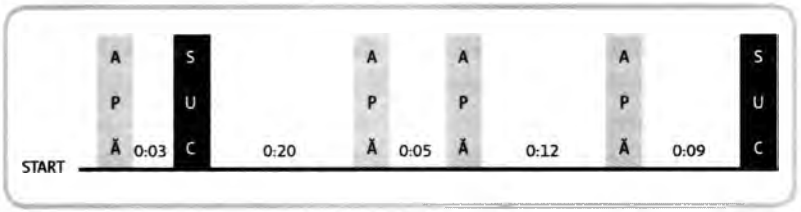
Care dintre pașii următori din suita de mai jos v-ați aștepta să producă cea mai mare fericire în rândul oamenilor?

Pasul 1: Să îți dorești ceva (mâncare, somn, sex etc.).
Pasul 2: Să te întrebi dacă dorința va fi satisfăcută.
Pasul 3: Să ți se satisfacă dorința.
...Repetați pentru următoarea dorință.

Pasul 3 este răspunsul evident. Este pasul care i-a frustrat pe fani când *The Italian Job*, *Serial* și *Clanul Soprano* s-au terminat fără răspuns și e motivul pentru care ne chinuim de la bun început cu primii doi pași. Însă, în 2011, Greg Berns și trei colegi neurologi au inițiat un studiu care solicita unui număr de 25 de adulți să țină în gură un mic tub în timp ce stau culcați pe spate într-un aparat de rezonanță magnetică funcțională.[112] Aparatul le analiza creierele, căutând dovezi ale plăcerii în timp ce un cercetător le picura apă și suc de fructe prin tub. Cei mai mulți dintre adulți au preferat sucul în detrimentul apei, dar creierul uman tratează și sucul, și apa drept mici recompense. În jumătate din experiment picăturile au fost administrate în mod previzibil, la fiecare zece secunde, cu alternanță între apă și suc:



Apoi, în partea a doua a studiului, cercetătorii au adăugat elementul-surpriză. Acum adulții nu știau când vor primi recompensa și nici dacă urma să fie suc sau apă:



Dacă satisfacția ar fi tot ce contează, atunci creierii participanților ar fi reacționat la fel în ambele părți ale experimentului – sau poate mai puternic în jumătatea previzibilă, când puteau anticipa și savura următoarea recompensă. Dar nu a fost așa. Caracterul previzibil este plăcut la început, dar își pierde savoarea. Aproape de finalul jumătății previzibile a experimentului, creierii participanților au început să reacționeze din ce în ce mai slab.

Nu a fost la fel în cazul seriei imprevizibile, care i-a captivat pe participanți la fel cum emisiunea *Serial* și-a captivat ascultătorii. Când recompensele erau imprevizibile, participanții se bucurau de ele cu atât mai mult – și au continuat să se bucure de ele până la sfârșitul experimentului. Fiecare nouă recompensă urma după propriul element de microsuspans, iar fiorul așteptării făcea ca întreaga experiență să fie mai plăcută pentru mai mult timp.

Aceste elemente de microsuspans susțin și frenezia cumpărăturilor compulsive. În 2007, o echipă de antreprenori a lansat Gilt, o experiență de shopping online remarcabil de generatoare de dependență. Site-ul Gilt și aplicația promovează soldări instant care durează, fiecare, între una și două zile.

Promoțiile sunt disponibile doar pentru membri și includ haine de lux cu prețuri accesibile și bunuri pentru casă. Platforma este înfloritoare, având șase milioane de membri, așa că cei care se ocupă de aprovizionare pot să cumpere cantități uriașe de produse de lux la prețuri mult reduse. Chiar și după ce site-ul adaugă o mică marjă de profit pentru fiecare obiect, membrii plătesc mult mai puțin decât arată etichetele de preț din magazine.

Promoțiile noi apar fără niciun avertisment, așa că membrii accesează constant pagina. Fiecare noua reîncărcare a paginii generează un element de microsuspans. Pentru mulți dintre membrii Gilt site-ul oferă un mic fior în viețile lor care, altfel, sunt previzibile. Asta se poate vedea în creșterea masivă a traficului din timpul prânzului, între douăsprezece și unu în fiecare după-amiază, interval în care site-ul atrage venituri de peste un milion de dolari.

Darleen Meier, care se ocupă de un blog despre lifestyle, *Darling Darleen*, a fost încântată când i-a fost aprobat statutul de membru în octombrie 2010.[113] (Se afla pe o listă de așteptare de câteva săptămâni.) Meier și-a invitat cititorii să sărbătorească împreună statutul de membru și apoi le-a povestit despre unele dintre achizițiile ei preferate. Însă, la doar două luni după acest moment, Meier a simțit nevoia să scrie un articol cu titlul „Dependentă de Gilt". Problema a devenit evidentă când s-a abținut cu greu să nu cumpere un scuter Vespa la un preț bun. (A reușit să se abțină după ce și-a închipuit cum ar reacționa soțul ei la vederea scuterului.) Relația lui Meier cu Gilt a devenit mai intensă după ce un semnal sonor a început să îi dea de veste de fiecare dată când apărea pe site o nouă promoție. Indiferent de situație, se oprea din ce făcea pentru a se uita pe site. Uneori s-a surprins trăgând pe dreapta în timp ce făcea vreun comision sau când mergea să îl ia de la școală pe fiul mai mic. Uneori suspansul nu se încheia în favoarea lui

Meier – unele dintre oferte nu o atrăgeau –, dar, adesea, până când să se pună din nou în mișcare mașina, cheltuise deja sute sau chiar mii de dolari. La apogeul dependenței sale de Gilt primea în fiecare zi colete cu noi comenzi livrate.

Meier nu era singura. Grupurile de discuții din mediul online erau pline de dependenți de cumpărături care căutau ajutor. Pe PurseForum, o rețea socială pentru marii pasionați de cumpărături, Cassandra22007 recunoștea că este dependentă de Gilt și de alte așa-zise site-uri cu oferte instant:

> A ajuns să-mi fie dureros de clar că am o problemă cu Grupul Gilt și am nevoie de ajutor! Mă gândesc să-mi blochez singură accesul pe acest site, cel puțin temporar. Practic, acum sunt șomeră și chiar nu am niciun fel de scuză să-mi cumpăr haine noi și chestii pe care probabil nu le voi purta până când nu mă angajez din nou. În prezent am cam 6-10 obiecte pe care le-am luat de acolo și pe care încă nu le-am purtat/folosit propriu-zis și tocmai am mai comandat vreo cinci astăzi.

Ceea ce este frapant la comportamentul lui Cassandra22007 este că nu cumpăra hainele pentru că avea nevoie de ele. La fel cum demonstrase Greg Berns prin experimentul lui cu sucul, nu recompensa în sine era ceea ce conta, ci mai degrabă fiorul vânătorii. Gilt nu le oferea cumpărătorilor ca Meier și Cassandra22007 produse pe care nu le-ar fi putut găsi nicăieri în altă parte – le oferea o serie de microelemente de suspans care făceau ca acțiunea de a vâna acele produse să dea o dependență profundă.

Aceste cumpărături duc la dezordine și există acum o mică industrie de guru specializați în organizarea casei în stil propriu. Cea mai în vogă este Marie Kondo, o „consultantă pentru curățenie" din Japonia. Kondo folosește o metodă pe care o numește KonMari: aruncă din casă tot ce nu îți „stârnește

bucurie". Kondo a explicat principiile metodologiei KonMari în cartea *The Life-Changing Magic of Tidying Up**, volum publicat inițial în 2011. Cartea a fost tradusă în zeci de limbi și s-a vândut în mai mult de două milioane de exemplare în întreaga lume. De atunci până în prezent Kondo a mai lansat încă un volum adiacent, *Spark Joy*, care și el este un mare bestseller. Să triezi lucrurile nu este ușor, pentru că tinde să contravină instinctului uman de a reține valoare. Detestăm să aruncăm ceva ce s-ar putea dovedi valoros în viitor, și e dificil să fim siguri care dintre posesiunile care ne-au fost utile cândva nu vor deveni din nou utile. Dar KonMari are un beneficiu uriaș: curățenia este un fel de buclă deschisă care cere să fie închisă. Detestăm să aruncăm lucruri, dar în același timp urâm și dezordinea. Cei care fac cumpărături în mod obsesiv se transformă în aceiași oameni care fac curat în mod obsesiv, iar procesul se transformă într-o buclă care se tot autopropagă. Odată ce înveți să privești, începi să vezi astfel de bucle peste tot.

În august 2012, Netflix a adăugat o nouă funcție subtilă numită „post-play". Odată cu post-play, un sezon de treisprezece episoade din *Breaking Bad* a devenit un singur film unitar de treisprezece ore. Pe măsură ce un episod se termină, mecanismul de redare al Netflix îl încarcă automat pe următorul și cinci secunde mai târziu începe să și ruleze. Dacă episodul anterior v-a lăsat în suspans, tot ce trebuia să faceți era să stați pe loc în timp ce următorul episod începea să se dezvăluie, iar suspansul se stingea de la sine. Înainte de august 2012 trebuia să decizi dacă te uiți la următorul episod; acum trebuie să decizi să *nu* urmărești următorul episod.

---

* În română, *Magia ordinii*, traducere din engleză de Ștefan Mihalache, Editura Trei, 2015 (n.r.).

La început, modificarea nu pare a fi așa de importantă, dar se pare că diferența este enormă. Cea mai bună dovadă în sprijinul acestei diferențe vine de la un celebru studiu privind rata donatorilor de organe. Atunci când încep să conducă, tinerilor adulți li se cere să se hotărască dacă vor să devină donatori de organe. Psihologii Eric Johnson și Dan Goldstein au observat că ratele donării de organe din Europa variau semnificativ de la țară la țară.[114] Existau diferențe chiar și între țările care aveau culturi foarte asemănătoare. În Danemarca, procentul era de 4%; în Suedia era 86%. În Germania rata era de 12%; în Austria era aproape 100%. În Olanda, 28% erau donatori, în timp ce în Belgia procentul era de 98%. Nici măcar o campanie educațională uriașă susținută în Olanda nu a reușit să crească procentul donatorilor. Așadar, dacă educația și cultura nu erau de vină, de ce unele țări sunt mai dispuse decât altele să doneze?

Răspunsul avea de-a face cu o simplă ajustare semantică. Unele țări le solicitau șoferilor să opteze prin bifarea unei căsuțe:

> Dacă sunteți dispus să vă donați organele, vă rog să bifați această căsuță: ☐

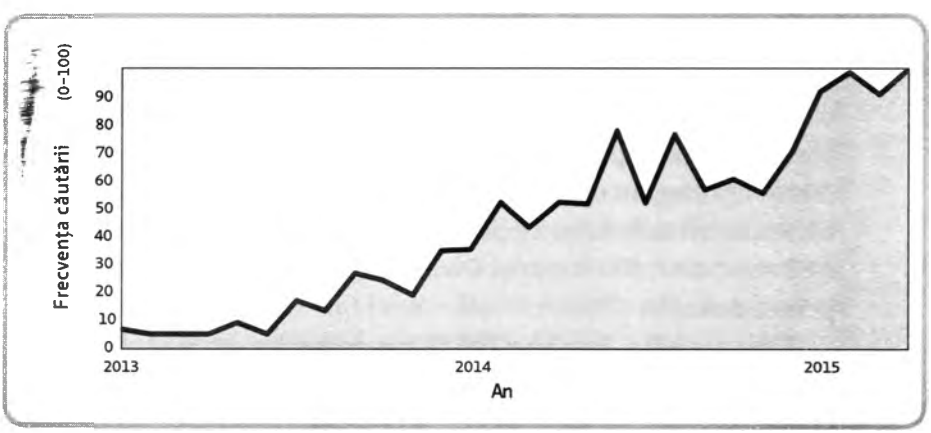
O bifă nu pare să fie cine știe ce obstacol, dar chiar și piedicile mici cântăresc mult atunci când oamenii trebuie să decidă cum le vor fi folosite organele când mor. Nu e genul de întrebare la care să răspundem fără să ne gândim puțin, așa că mulți dintre noi alegem calea celei mai mici rezistențe și nu bifăm căsuța, continuându-ne viețile. Exact așa au pus întrebarea țări ca Danemarca, Germania și Olanda – și toate aveau rate mici pentru donații.

Țări ca Suedia, Austria și Belgia le cer tinerilor șoferi să aleagă dacă vor să nu își doneze organele, iar în acest caz să bifeze căsuța:

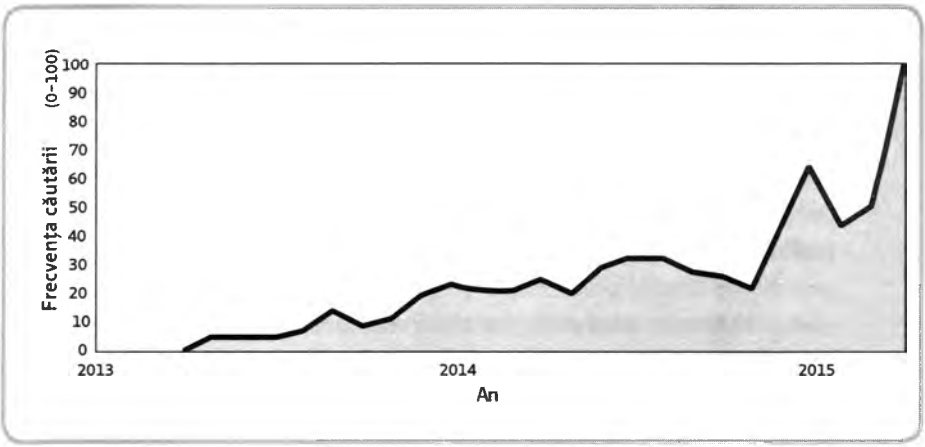
Dacă NU sunteți dispuși să vă donați organele, vă rugăm să bifați această căsuță: ☐

Singura diferență în acest caz este că oamenii sunt în mod implicit donatori. Ei trebuie să bifeze în mod activ o căsuță pentru a se scoate din lista donatorilor. Tot este o decizie importantă și oamenii tot aleg în mod obișnuit să nu bifeze căsuța. Dar asta explică de ce unele țări se bucură de rate de 99% în rândul donatorilor, în timp ce altele sunt mult în spate, cu procente de numai 4%. Din august 2012, spectatorii Netflix trebuiau să opteze să nu se mai uite la încă un episod. Mulți au ales să nu facă nimic și, cu gura căscată, au început să se uite la cel de-al optulea episod la rând din *Breaking Bad*.

Abonații Netflix se uită exagerat la filme de când compania a adăugat vizionarea online în 2008, dar vizionările compulsive tot cresc progresiv de atunci. Google Trends, care măsoară frecvența căutărilor de pe Google pe parcursul timpului, arată că frecvența căutărilor pentru „binge-watching" în Statele Unite, între ianuarie 2013 (momentul în care lumea a început să caute acest termen) și aprilie 2015, a arătat astfel:



Și următorul grafic arată frecvența căutărilor pentru „Netflix binge" pentru aceeași perioadă în Statele Unite:



Popularitatea căutării după un cuvânt-cheie este un mod indirect de măsurare, dar Netflix a făcut propria cercetare în noiembrie 2013.[115] Compania a angajat o firmă de studii de piață care să susțină interviuri cu mai mult de 3 000 de adulți americani. Dintre aceștia, 61% au declarat un anumit grad de vizionări compulsive, ceea ce majoritatea participanților la studiu definea ca fiind „urmărirea a 2-6 episoade dintr-o serie TV într-o singură sesiune de vizionare". Netflix a descoperit tipare similare în datele despre vizionare, informație colectată din 190 de țări între octombrie 2015 și mai 2016.[116] Cei mai mulți dintre indivizii care urmăresc compulsiv seriale termină primul sezon în 4-6 zile. Un sezon care la un moment dat se întindea pe luni întregi acum este consumat în mai puțin de o săptămână, cu o medie de 2-2,5 ore pe zi. Unii spectatori declară că așa-numitul *binge-watching* îmbunătățește experiența de vizionare, dar mulți alții cred că Netflix – și funcția *post-play* în

mod special – a făcut foarte dificil să ne oprim la numai un episod. O mare parte din această creștere, consemnată în graficele Google Trends, reflectă eficiența suspansului și a absenței barierelor între sfârșitul unui episod și începutul următorului.

Când a făcut o recenzie pentru o emisiune numită *Love*, Wolla Paskin, critic TV la *Slate*, a explicat că inclusiv serialele mediocre dau dependență „cu ajutorul" vizionării în ritm binge. *Love* a fost o producție Netflix lansată într-un singur pachet de zece episoade:

> Vizionarea compulsivă ca atare vine în sprijinul unor seriale – impune un stil de a urmări care încurajează publicul să investească în personaje ca în oameni, indiferent cât de puțină măiestrie îi înconjoară. E ca și cum ți s-ar spune o poveste, orice poveste: la un moment dat, pur și simplu vrei să știi ce se întâmplă în continuare. Dacă *Love* s-ar fi transmis în fiecare săptămână, puteai să-l urmărești sau nu. Dar Netflix face atât de ușor să urmărești trei episoade într-o singură sesiune, încât e tentant să continui să mergi înainte, mânat de impulsul curiozității și nimic mai mult – oare cum or să se întâlnească puștii ăștia nebuni? Vizionarea compulsivă îi oferă unui spectacol fără cine știe ce acțiune tot zvâcul necesar. Până când să te oprești din vizionat, îl vei fi văzut pe tot.

Psihologul Bluma Zeigarnik, pe care am cunoscut-o mai devreme în acest capitol, a trăit o viață lungă și remarcabilă, plină de suspans. În 1940, soțul ei Albert a fost condamnat la zece ani într-o închisoare sovietică din cauza unei acuzații de spionaj în favoarea Germaniei. Zeigarnik a rămas întrebându-se unde era și când ar putea să se întoarcă acasă. Când l-au capturat pe Albert, autoritățile sovietice au lăsat în urmă un document care explică de ce știm atât de puține lucruri despre

viața lui Zeigarnik. Documentul, peste care nepotul ei a dat din greșeală decenii mai târziu, consemna că autoritățile confiscaseră „ceea ce se afla într-o cameră sigilată, inclusiv numeroase documente, dosare, caiete și arhive".

Cariera lui Zeigarnik a prins avânt în cele din urmă, dar viața ei academică a fost la fel de agitată ca cea personală. A fost forțată să scrie trei disertații doctorale după ce autoritățile sovietice au refuzat să îi recunoască prima lucrare, iar cea de-a doua i-a fost furată. Avea copii făcute după cea de-a doua, dar a trebuit să le distrugă, de teamă că hoțul ar putea să-i publice lucrarea și să o acuze pe ea de plagiat. De-a lungul a aproape 30 de ani, Zeigarnik a bântuit în purgatoriul academic înainte să își termine cea de-a treia disertație și să ajungă la Universitatea de stat din Moscova ca profesor de psihologie, în 1965. Doi ani mai târziu a fost aleasă coordonatoare a departamentului și a rămas în funcție în următoarele două decenii, până la moarte. Cu un uriaș talent și o determinare neclintită, Zeigarnik s-a asigurat că suspansul se va rezolva în cele din urmă în favoarea ei.

9 | Interacțiuni sociale

În decembrie 2009, Lucas Buick și Ryan Dorshorst, care erau foarte buni prieteni, au început să vândă o aplicație pentru iPhone.[117] Prețul acesteia era de 1,99 dolari, iar cei doi urmăreau cu nerăbdare cum creștea numărul de descărcări. La 36 de ore după lansare era cea mai descărcată aplicație din Japonia. Vânzările creșteau mai lent în Statele Unite, dar până la 1 ianuarie clienții din State descărcaseră aplicația de 150 000 de ori. Chiar și cei de la Apple au remarcat acest lucru și în curând aplicația ajunge pe prima pagină a Apple Store, la loc de cinste.

Aplicația se numea Hipstamatic și le permitea utilizatorilor de iPhone să modifice digital pozele pe care le făceau cu telefonul. Cu ajutorul filmului digital, al blițului și al lentilelor, chiar și fotografii nepricepuți puteau transforma cadre banale în capodopere care imitau notele retro ale anilor 1980. Și experții erau atenți. Damon Winter, un fotograf care lucra pentru *New York Times*, a folosit aplicația pentru fotografii pe care le-a făcut în 2010 cu soldații din Afganistan. Imaginile i-au adus lui Winter locul al treilea în competiția de foto-jurnalism Pictures of the Year International, ceea ce a crescut și mai mult brandul Hipstamatic.

Buick și Dorshorst lucrau ca designeri grafici, dar s-a întâmplat să fie și antreprenori cu intuiție bună. Pentru a cultiva farmecul retro al aplicației, s-au folosit de nume ca *Ina's 1982 Film*, *Roboto Glitter Lens* și *Dreampop Flash*. Lovitura lor de geniu a fost să inventeze o poveste amplă despre ceea ce s-a

întâmplat în spatele aplicației, poveste pe care jurnaliștii se chinuie de atunci să o confirme. Așa cum au spus-o ei, în 1982, doi frați din Wisconsin au creat un aparat foto pe care l-au numit *Hipstamatic 100*. Obiectivul lor era să construiască o cameră care să fie mai ieftină decât filmul pe care îl folosea și, în ciuda faptului că au reușit să facă asta, nu au vândut decât 154 de bucăți. Frații au murit într-un tragic accident de mașină în 1984, iar fratele lor mai mare, Richard Dorbowski, a păstrat cele trei exemplare rămase din Hipstamatic 100 și le-a ținut în garajul lui până când, pe 29 iulie 2009, Buick și Dorshorst i-au spus că își doreau să lanseze o versiune digitală a aparatului de fotografiat.

Jurnaliștii au fost seduși de poveste și au descris istoricul romantic al Hipstamatic în zeci de articole. Au fost ajutați de câteva dovezi împrăștiate în mediul online care să le susțină relatarea: un blog despre Hipstamatic 100 scris de Dorbowski (cu fotografii în care apăreau frații lui mai mici la începutul anilor 1980) și conturi de LinkedIn și Facebook care spuneau despre Dorbowski că ar locui în Wisconsin și că ar lucra la o companie de hârtie în calitate de controlor-șef. Abia câțiva ani mai târziu, când alți jurnaliști au încercat să sape mai adânc, povestea s-a șubrezit. Cei trei frați erau o invenție și se părea că la fel era și Hipstamatic 100. Totuși aplicația Hipstamatic exista în realitate și sute de mii de utilizatori o cumpărau în fiecare lună. Apple a încoronat Hipstamatic drept „Aplicația anului 2010", iar cei de la *New York Times* au inclus aplicația în ediția din noiembrie 2010 a listei cu „Top 10 aplicații pentru iPhone pe care trebuie să le ai".

Buick și Dorshorst erau pe val, dar doi antreprenori din San Francisco se pregăteau să lanseze o aplicație concurentă. Kevin Systrom și Mike Krieger au lansat Instagram în octombrie 2010. Cele două aplicații ofereau aceleași servicii de bază,

așa că Instagram suferea de un dezavantaj uriaș în condițiile în care intrase pe piață cu o întârziere de zece luni. Deși lui Instagram îi lipsea povestea fermecătoare a lui Hipstamatic – numele ei combina simplu cuvintele „instant" și „telegram" – Systrom și Krieger erau oameni de afaceri iscusiți. Dacă 2010 fusese anul Hipstamatic, atunci 2011 a fost anul Instagram. Hipstamatic a rămas populară, dar numărul de descărcări a început să crească mai lent și în curând Instagram se bucura de mai mulți utilizatori. După ce îi oferiseră lui Hipstamatic titlul de „Aplicația anului" în 2010, cei de la Apple au acordat aceeași onoare și aplicației Instagram în 2011. În 2012 numărul de utilizatori care foloseau Hipstamatic a avut un vârf de aproximativ cinci milioane, iar Instagram are acum în jur de trei sute de milioane de utilizatori. Însă cea mai mare diferență între aplicații a apărut pe 9 aprilie 2012, atunci când Facebook a cumpărat Instagram pentru 1 miliard de dolari. Când a citit despre achiziție, Dorshorst a fost convins că citea un titlu din publicația de satiră *The Onion*. A verificat. Laura Polkus, care lucrase ca designer la Hipstamatic, și-a amintit că: „Am văzut postarea de pe blogul lui Mark [Zuckerberg] și mă blocasem: «Stai așa, un miliard? Adică un miliard de dolari? Ce înseamnă asta pentru noi? Asta înseamnă că Instagram a câștigat?»".

Hipstamatic și Instagram aveau aceleași funcții de bază, așa că de ce a intrat în declin Hipstamatic în timp ce Instagram continuă să crească? Răspunsul are legătură cu două decizii esențiale pe care le-au luat Systrom și Krieger înainte de a lansa aplicația. Prima a fost să ofere aplicația gratuit. Acest lucru făcea aplicația atrăgătoare și explică parțial de ce au descărcat aplicația atât de mulți utilizatori la început: nu exista niciun risc să dai bani pe o prostie, așa că în cel mai rău caz ajungeau să șteargă aplicația după câteva zile. Dar multe aplicații sunt gratuite și tot eșuează lamentabil. A doua decizie

a celor doi parteneri a făcut diferența: utilizatorii de Instagram își publicau fotografiile pe o rețea socială special dedicată lor și conectată cu aplicația. (Utilizatorii puteau, de exemplu, să își încarce pozele pe Facebook, dar Hipstamatic nu era ea în sine o rețea socială.)

E ușor de înțeles de ce Zuckerberg a ales să cumpere Instagram. El și Systrom au avut o revelație similară: respectiv că oamenii tind la infinit să se compare cu alții. Facem poze pentru a surprinde amintiri la care vom reveni apoi în privat, dar mai ales pentru a împărtăși acele amintiri cu alții. În anii 1980 asta însemna să îți chemi prietenii în vizită pentru a vă uita la diapozitive cu imagini din cea mai recentă vacanță, dar astăzi facem asta prin încărcarea de fotografii din concediu în timp real. Ceea ce face ca Facebook și Instagram să provoace dependență este faptul că fiecare activitate publicată atrage – sau nu – aprecieri, redistribuiri și comentarii. Dacă una dintre imagini se dovedește a fi lipsită de efect, există întotdeauna o altă șansă în viitor. Este infinit regenerabilă, pentru că este la fel de imprevizibilă ca și viețile propriu-zise ale oamenilor.

Așadar, ce are mecanismul de feedback social din spatele Instagram care face aplicația să dea atât de ușor dependență?

Oamenii nu sunt niciodată cu adevărat siguri pe valoarea lor atunci când vine vorba despre dimensiuni nemăsurabile, altele decât ca greutatea, înălțimea sau veniturile. Unii sunt mai preocupați de feedbackul social decât alții, dar suntem ființe sociale și nu putem să ignorăm complet ceea ce cred alții despre noi. Și, mai mult decât orice, feedbackul inconsecvent ne înnebunește.

Instagram e un izvor de feedback inconsecvent. Una dintre fotografiile publicate poate să atragă 100 de aprecieri și 20 de comentarii pozitive, în timp ce o alta, postată 10 minute mai târziu, să adune doar 30 de aprecieri și niciun comentariu. Este clar că oamenii atribuie mai multă valoare unei fotografii decât celeilalte, dar ce înseamnă asta? „Valorăm" o sută de aprecieri, treizeci sau cu totul alt număr? Psihologii sociali au demonstrat că preluăm idei pozitive despre noi înșine cu mai multă deschidere decât față de ideile negative. Pentru a vedea cum funcționează asta, răspundeți rapid la următoarele întrebări, fără să vă gândiți prea mult:

Mai jos veți vedea o listă cu trăsături de personalitate. Vă rugăm să estimați procentul de indivizi din orașul vostru care sunt caracterizați de fiecare trăsătură într-o măsură *mai mică* decât voi:			
Sensibil	**Sofisticat**	**Ingenios**	**Disciplinat**
Nevrotic	**Lipsit de simț practic**	**Supus**	**Compulsiv**

Toate acestea sunt trăsături ambigue, așa că este dificil de estimat cât de mult vă caracterizează pe voi sau pe oricine altcineva. Observați și că unele sunt pozitive (cele de pe primul rând) și celelalte, negative (cele de pe al doilea rând). Când au răspuns la această întrebare, raportată la colegii lor din universitate, studenții de la Cornell au spus că îi caracterizau trăsăturile pozitive mai mult decât pe alți 64% dintre colegi, iar cele negative într-o proporție de 38%.[118] Această perspectivă optimistă surprinde felul în care ne vedem în general pe noi înșine – și poate că înseamnă că vom acorda mai multă atenție feedbackului pozitiv și vom ignora feedbackul negativ pe care îl primim pe Instagram.

Dar, oricât de mult ne-am prețui pe noi înșine, suntem și foarte sensibili la feedback negativ. Psihologii numesc asta ca fiind principiul „răul este mai puternic decât binele" și este foarte consecvent pentru o mulțime de experiențe diferite.[119] Dacă sunteți ca cei mai mulți dintre oameni, tendința instinctivă este să navigați până la recenziile negative de pe Amazon, TripAdvisor și Yelp, pentru că nimic nu cimentează o părere mai bine decât critica dură. De asemenea, sunteți mai predispuși să vă amintiți evenimente neplăcute din trecut și să rumegați la certuri vechi mai mult decât să vă bucurați de laude recente. Inclusiv cei care au avut copilării fericite sunt mai predispuși să își amintească puținele amintiri neplăcute decât numeroasele amintiri plăcute atunci când sunt rugați să-și amintească de copilărie.

Există atât de multe poze pe Instagram, încât v-ați aștepta ca utilizatorii să treacă peste feedbackul negativ. Lumea ar trebui să acorde mai puțină atenție aprecierilor de sub o poză postată pe Instagram decât pentru fotografiile expuse individual la o galerie de artă sau decât pentru cele arătate prietenilor. Totuși adevărul este că lumina reflectoarelor pare să ne găsească și atunci când suntem în mulțime. În anul 2000, un grup de psihologi a solicitat unor studenți să intre într-o cameră plină cu alți studenți în timp ce purtau un tricou cu o poză cu Barry Manilow*. (O pretestare nenecesară confirmase că studenții preferă să nu poarte în public un tricou cu Barry Manilow.) După câteva minute, un cercetător îi conducea pe participanții ghinioniști spre ieșirea din cameră și le-a cerut să ghicească câți dintre colegii lor remarcaseră tricoul cu Barry

* Barry Manilow (n. 1943) – cântăreț american cu o carieră completă în muzică, cunoscut în întreaga lume pentru hituri ca „Can't Smile Whitout You" și „Copacabana (At the Copa)". Până la vârsta de 74 de ani și-a făcut mai multe tipuri de operații estetice (n.r.).

Manilow. Desigur că ei fuseseră preocupați de tricou pe tot parcursul experimentului, așa că au estimat că jumătate dintre cei din cameră și-ar aminti de tricou; de fapt, doar unul din cinci și-a amintit că a văzut o asemănare cu Barry Manilow. O poză care atrage doar trei aprecieri pe Instagram seamănă puțin cu un tricou cu Barry Manilow. E jenantă pentru cel care a realizat-o, iar asta înseamnă că alți utilizatori se holbează și râd când, de fapt, aceștia sunt cu mult mai preocupați de propriile lor fotografii sau cel puțin de nesfârșitul șir de poze de dinainte și de după cadrul „Manilow".

Feedbackul negativ ustură atât de tare, încât mulți utilizatori fac sute de poze înainte să posteze una. Aplicații ca Facetune le permit nepricepuților într-ale tehnologiei să își elimine cusururile și să afișeze o „piele perfectă; un zâmbet perfect", să își remodeleze chipurile și corpurile, să șteargă anumite imperfecțiuni și să dea din nou culoare părului grizonant. Essena O'Neill, fotomodel australian, avea o jumătate de milion de utilizatori care îi urmăreau activitatea în momentul în care s-a hotărât să arate adevărul din spatele postărilor ei strălucitoare de pe Instagram.[120] O'Neill și-a schimbat numele contului în *Rețelele sociale nu sunt viața adevărată*, a șters mii de poze vechi și a modificat descrierile de sub altele. Una dintre fotografii o afișa pe O'Neill pe plajă în bikini:

> NU E REALITATE – am făcut mai mult de o sută de poze în poziții similare încercând să-mi fac abdomenul să arate bine. Abia dacă mâncasem ceva în acea zi. Am țipat la sora mea să continue să tot facă poze până când am ajuns să fiu oarecum mândră de asta. Da, deci clar #obiective.

Sub o altă poză cu O'Neill îmbrăcată într-o rochie elegantă într-un cadru de pe marginea unui lac:

NU E REALITATE – nu am cumpărat acea rochie, am făcut nenumărate poze încercând să arăt bine pentru Instagram, evenimentul m-a făcut să mă simt incredibil de singură.

Și o a treia poză „neretușată" cu O'Neill în bikini:

Editarea postării inițiale: aici vedeți ceea ce mie îmi place să numesc poză naturală perfect regizată. Nimic nu e natural aici. Deși, da, a fost distractiv să ies la o sesiune de jogging și înot în ocean dimineața, înainte de școală, am simțit o dorință puternică să mă pozez cu coapsele puțin depărtate #paranteze, sânii evidențiați #bluzăcuburetedublu și cu fața întoarsă, pentru că e clar că cel mai plăcut bun al meu este corpul. Apreciați această poză pentru eforturile pe care le-am făcut ca să vă conving că sunt foarte foarte mișto #materialdevedetă.

O'Neill a stârnit ceva reacții. Foști prieteni au acuzat-o de „100% autopromovare" și alții au spus despre noua ei campanie că ar fi „o farsă". Dar zeci de mii de alte persoane au lăudat-o public. „Citiți-i postările – fata asta e foarte tare", a spus cineva. „Aaa, ce tare, ador ce face ea", a spus altcineva. O'Neill dădea glas în mod public acelor lucruri pe care le simțeau mii de utilizatori de Instagram din întreaga lume: respectiv că presiunea de a afișa perfecțiune în fiecare fotografie este uriașă, iar pentru mulți oameni, de nesuportat. În ultima ei postare, O'Neill a scris: „Mi-am petrecut cea mai mare parte a vieții de adolescentă ca dependentă de rețele sociale, aprobare socială, statut social și de felul în care arăt. Rețelele sociale sunt formate din imagini regizate și videoclipuri retușate, mereu în competiție unele cu celelalte. Este un sistem bazat pe aprobare socială, aprecieri, validare, vizualizări, succes cuantificat în număr de fani. Este o evaluare egocentrică perfect regizată."

În octombrie 2000, Jim Young i-a spus prietenului său James Hong că a cunoscut o fată la o petrecere. După spusele lui Young, fata era „de nota zece". Young și Hong crescuseră împreună, au mers la liceu și apoi la Stanford împreună, iar comentariul lui Young le-a dat ideea de a dezvolta un site împreună. „Asta se întâmpla într-o zi de luni", își amintește Hong. „Nu avea pretenția unui proiect serios. Ne prosteam doar. Jim mi-a trimis ceva vineri sau sâmbătă, m-am jucat cu materialul în weekend și apoi l-am lansat în următoarea zi de luni. Așa că a fost cam o săptămână de la idee până să lansăm ceva."

Site-ul era întruparea online a conversației dintre Young și Hong.[121] La ora două după-amiaza în ziua lansării, au rugat 42 de prieteni să intre pe o pagină cu poza lui Hong și un sistem de notare de la 1 la 10. „Nu fiți răi", le-a spus Hong prietenilor lui care fuseseră rugați să hotărască dacă Hong era „mișto sau nu*". Site-ul era exact așa de simplu: vizitatorii evaluau chip după chip, de la 1 (nu e mișto) la 10 (e mișto). După fiecare evaluare pagina se reîncărca și afișa nota medie pe care o primise pe site fotografia. Așa aflau imediat dacă sistemul lor intern de evaluare a frumuseții corespundea celui folosit de alții. În ziua de după lansare site-ul a fost accesat de 40 000 de oameni. Opt zile mai târziu atrăgea câte două milioane de accesări pe zi – toate acestea fără ajutor din partea rețelelor Facebook, YouTube, Twitter și Instagram, care erau încă la câțiva ani distanță de aparițiile lor online. Vizitatorii nu doar evaluau fotografii; le și încărcau pe ale lor, fiind curioși să afle dacă universul online îi considera atrăgători sau nu. Site-ul, pe care Hong și Young îl botezaseră Hot or Not nu doar că se răspândise viral; dădea și

* În original *hot or not* (n.t.).

dependență. Și nu făcea dependent doar segmentul obișnuit al băieților adolescenți. „Mă uitam la site și tatăl meu a intrat în cameră", își amintește Hong. „Trebuie să știți că fix atunci eu trebuia să îmi caut job, așa că i-am spus: «A, asta e ceva la care lucrează Jim»." Tatăl lui Hong a fost curios, așa că Hong i-a arătat cum funcționa site-ul. După o scurtă demonstrație, tatăl lui Hong a pus mâna pe mouse și a început să dea note. Hong își amintește: „Era bizar, pentru că tatăl meu a fost prima persoană pe care am văzut-o vreodată să devină dependentă de evaluarea altora pe criteriul atractivității. Trebuie să înțelegeți, tatăl meu este un bărbat asiatic de 60 de ani, cu un doctorat în inginerie și care, din punctul meu de vedere, era asexual – cu excepția ocaziilor în care mă concepuse pe mine, pe fratele meu și pe sora mea". Tatăl lui Hong nu era singurul; milioane de utilizatori petreceau intervale lungi de timp pe site, fiind dispuși inclusiv să aștepte 30 de secunde între imagini, care, în primele luni, se încărcau dureros de încet.

Hong și Young lansaseră site-ul în joacă, dar cei care erau interesați să își facă reclamă online au început să îi abordeze cu oferte serioase. Cei doi prieteni ar fi putut să câștige mii de dolari pe zi, dar cu o singură condiție: unele dintre fotografii aveau caracter pornografic, iar specialiștii în publicitate nu erau dispuși să lucreze decât cu site-uri care promiteau să își filtreze conținutul. Părinții lui Hong tocmai se pensionaseră, așa că le-a cerut stânjenit să curețe site-ul de pornografie. Amândoi deveniseră ușor dependenți de site, așa că au acceptat cu plăcere. Fiul lor tocmai le dăduse o scuză pentru a petrece mai mult timp pe site. La început au făcut față la cea mai mare parte a conținutului nou adăugat pe site. „Hei, merge bine! E distractiv să te uiți la oameni", i-a raportat entuziasmat tatăl lui Hong. În momentul în care tatăl lui a început să-i arate unele dintre pozele interzise, Hong a hotărât că trebuia să

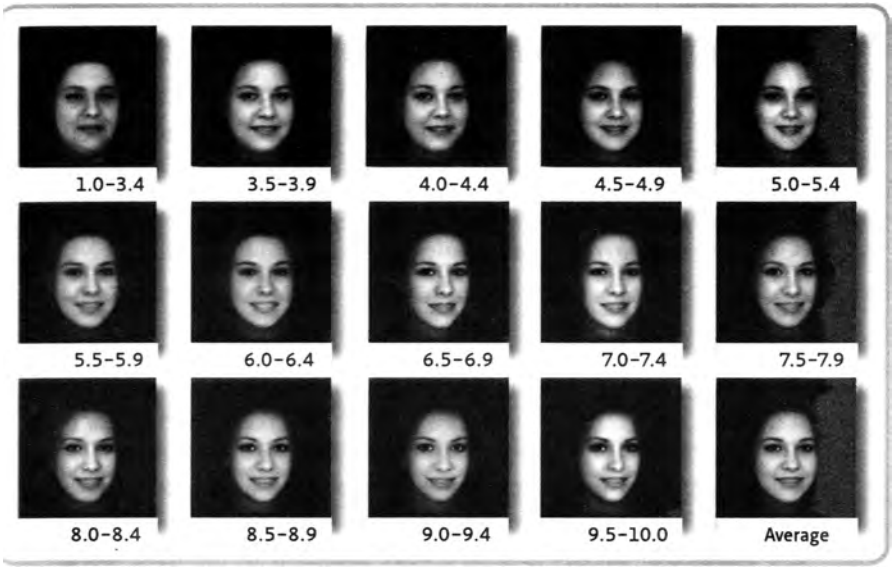
găsească noi evaluatori. Nu putea suporta să-și închipuie părinții uitându-se toată ziua la poze porno.

Hong și Young nu au întâmpinat mari dificultăți în a-i atrage pe unii dintre utilizatori pe post de moderatori. La fel ca părinții lui Hong, se bucurau că aveau un motiv pentru care să stea ore bune pe site în fiecare zi. În timp, Hot or Not s-a transformat într-un site dedicat întâlnirilor – un precursor al lui Tinder și al altor platforme online pentru întâlniri care puneau aspectul fizic mai presus de personalitate. Utilizatorii plăteau doar 6 dolari pentru a se putea înscrie pe site – sumă pe care Hong și Young o aleseseră pentru că era echivalentul prețului a două beri într-un bar din zona Midwest. La apogeu, site-ul genera venituri de patru milioane de dolari pe an, din care profitul reprezenta 93%. Costurile pe care le aveau cu afacerea lor relaxată și neintenționat generatoare de dependență erau incredibil de mici. Există zvonuri conform cărora succesul rapid al lui Hong și Young a fost inspirația lui Mark Zuckerberg pentru FaceMash, site-ul de evaluare a chipurilor care a bătătorit cărarea spre Facebook. În 2008, cei doi parteneri și-au vândut site-ul pe 20 de milioane de dolari unui magnat rus specializat pe site-uri de *dating*.

Atunci când au conceput Hot or Not, James Hong și Jim Young au fost isteți să includă aceleași funcții care îi aduc atât de mult succes platformei Instagram: un motor de feedback social. După fiecare evaluare, utilizatorii descopereau cât de mult se apropiau percepțiile lor de cele ale miilor de alți utilizatori. Uneori se potriveau și alteori nu, dar ambele rezultate satisfăceau nevoi umane: cea de confirmare socială pentru corespondență și cea de individualitate pentru disonanță. (Sigur că nu strica dacă utilizatorii evaluau mai degrabă cât de atrăgător era un chip, și nu, să zicem, cât de plăcute erau diferite peisaje. Considerând impulsul nostru nativ de a scruta

orizontul pentru a descoperi potențiali parteneri și concurenți, suntem în mod firesc interesați de atracția fizică.)

Confirmarea socială, sau o perspectivă asupra lumii similară cu a altora, este un indicator care confirmă că aparții unui grup de oameni care gândesc la fel. În termeni evolutivi, indivizii reuniți în grupuri tindeau să supraviețuiască, în timp ce singuraticii erau eliminați, unul câte unul, așa că să descoperi că semeni mult cu alții e foarte reconfortant. Atunci când sunt privați de aceste legături, oamenii suferă de o formă de durere atât de intensă, încât adesea este numită „condamnare la moarte socială". De asemenea, este și un sentiment foarte durabil – doar să vă amintiți de un moment în care cineva v-a exclus e suficient ca să stârniți iar aceeași agonie, și oamenii se referă adesea la situațiile de excludere socială ca fiind printre cele mai întunecate amintiri pe care le au. Să descoperi că vezi un chip la fel cum îl văd și alții e o cale spre apartenență; confirmă că alții îți împărtășesc perspectiva asupra realității. Confirmarea socială durează puțin și avem nevoie de noi doze tot timpul. Această dorință de a primi confirmări repetate i-a impulsionat pe utilizatorii site-ului Hot or Not să evalueze „doar încă o fotografie" iar și iar. Un utilizator cu pseudonimul Manitou2121 a creat o serie de portrete în care se contopeau toate chipurile cu scoruri similare.[122] A arătat și altora rezultatul, pentru ca și ceilalți utilizatori să poată vedea dacă părerile lor corespund cu cele ale utilizatorului obișnuit al platformei Hot or Not.



Totuși dezacordurile ocazionale au și ele beneficiile lor, pentru că reușesc să ne amintească de faptul că nu suntem la fel ca toată lumea. Psihologii se referă la acest echilibru perfect prin termenul „distincție optimă", nivel pe care tindem să îl atingem atunci când suntem de acord cu ceilalți în privința multor aspecte, dar nu cu toate.[123] Fiecare atinge acel echilibru în mod diferit, dar frumusețea lui Hot or Not a fost legată de furnizarea ambelor forme de feedback. Hot or Not a fost Instagramul site-urilor de evaluare a pozelor, dar ar fi putut la fel de bine să o ia pe calea lui Hipstamatic, dacă Hong și Young ar fi ales să dezactiveze motorul de feedback. În schimb, a avut un succes grozav, pentru că mii de utilizatori erau motivați să descopere dacă versiunea lor de mișto oglindea versiunea confirmată de toți ceilalți.

Tocmai eram pe punctul de a încheia discuția pe care o aveam la telefon cu inginerul programator Ryan Petrie, când l-am auzit spunând: „E interesant, pentru că mă gândeam că urma să vorbim despre dependența mea de jocuri". Petrie a crescut proiectând jocuri video, așa că l-am sunat să îl întreb de ce unele jocuri dau mai multă dependență decât altele. Nu luasem în considerare posibilitatea ca el să fi fost dependent chiar de jocurile pe care le făcea. „Am fost foarte dependent aproape optsprezece luni, pe vremea când eram student", mi-a spus Petrie. „Încercam să fiu online toată ziua, în fiecare zi. Intram online înainte de cursuri, între cursuri la biblioteca universității și imediat ce ajungeam acasă după ce se terminau cursurile." În medie, Petri se juca în fiecare zi între șase și opt ore, iar zilele „bune" erau pierdute exclusiv cu jocurile. Nu a luat note de trecere la cursuri și și-a petrecut un semestru într-o perioadă de probă academică. Aflat pe punctul de a fi dat afară, Petrie s-a înverșunat să petreacă mai mult timp la cursuri și mai puțin cu jocurile, iar pasiunea lui a redevenit controlabilă.

Petrie este designer de modă veche. Pe când era copil, la începutul anilor 1980, a văzut cum fratele lui și-a petrecut o vară întreagă cu programarea pe un Apple IIe a unei clone după concursul *Roata norocului*, într-un format bazat pe text. Pentru micul Ryan a fost ceva magic. „Fratele meu mi-a arătat codul tipărit pe o hârtie și nu mi-a venit să cred că acea incantație scrisă se transforma într-un joc video. L-am întrebat ce făcea fiecare linie de cod, iar și iar, și curând îmi cream și eu propriile jocuri." A început cu un joc bazat pe text care îl avea în centru pe Indiana Jones și care se întindea pe trei camere virtuale. Își amintește că era „groaznic", dar curând a

început să facă progrese. EA Sports l-a angajat după facultate și în ultima perioadă a lucrat și la Google și la Microsoft.

„Ai auzit vreodată de MUD?", m-a întrebat Petrie. „O închisoare cu mai mulți jucători?" Nu auzisem, dar având în vedere numele, nici nu eram sigur că voiam să aflu mai mult. Petrie fusese dependent de MUD în timpul facultății. Jocurile MUD sunt jocuri simple cu diferite caractere, în format bazat pe text, în care jucătorii dau instrucțiuni calculatorului prin scrierea de comenzi în cod și apoi așteaptă ca ecranul să se încarce din nou pentru a primi feedback și alte instrucțiuni. Jocurile MUD tradiționale sunt pline de text și nu au deloc elemente grafice, așa că reușesc să se actualizeze rapid, chiar și în rețele foarte lente. Le lipsesc complet sunetele și elementele vizuale stridente specifice celor mai multe dintre jocurile de azi, așa că nu ai parte decât de propria imaginație și de cuvintele de pe ecran. Varianta preferată al lui Petrie presupunea misiuni pe care le finaliza cu succes împreună cu alți utilizatori de peste tot din lume. Acești utilizatori i-au devenit prieteni și se simțea vinovat pentru că avea senzația că îi abandona de fiecare dată când nu era online. Această componentă socială a jocului a fost cea care l-a ținut captiv pe Petrie.

Jocurile MUD au un fel anume de puritate, pentru că, spre deosebire de jocurile moderne, nu se bazează pe strălucire și efecte. Petrie era vrăjit exclusiv de sentimentul că juca alături de alți indivizi. Poate că nu erau în aceeași cameră cu el, dar aveau cu toții un scop comun. Jocul avea și o funcție de chat, așa că jucătorii puteau să se laude între ei pentru succese sau să se încurajeze reciproc atunci când erau învinși de inamici mai puternici. Petrie mi-a spus că acest tip de joc încă mai există, dar cele existente au fost eclipsate de jocuri cu bugete mari – cam la fel ca raportul dintre producțiile extravagante de la Hollywood față de iubitele sale capodopere indie. „După

atâta timp, acel MUD încă este cel mai bun joc pe care l-am jucat vreodată. Întotdeauna mi-am dorit să fac unul exact la fel, dar după ce am reușit să scap de dependență am pus la îndoială moralitatea proiectării unui astfel de joc."

Jocul MUD al lui Petrie era captivant, dar nu se compara cu jocurile de astăzi care generează cele mai mari dependențe: MMO*-urile, cum ar fi World of Warcraft sau League of Legends. Jocurile MUD nu erau pentru mase, ci atrăgeau un grup relativ mic și sofisticat de fini cunoscători ai calculatoarelor. În schimb, o sută de milioane de indivizi și-au făcut conturi în WoW. Jocurile MMO sunt mai sofisticate decât cele MUD, dar, dacă le dai jos elementele grafice impresionante și efectele sonore, rămâi cu aceeași structură esențială: o serie de misiuni și interacțiuni la distanță între jucători care devin prieteni, care se bazează unii pe alții pentru sprijin atât în joc, cât și în afara acestuia.

La câteva săptămâni după ce am vorbit cu Isaac Vaisberg, fostul dependent de WoW pomenit mai devreme, am vizitat sediul reSTART din Washington. În mod evident, Vaisberg se bucura din plin de prieteniile lui online, așa că nu mi-era clar de ce experții nu erau încântați de interacțiunile online. Hilarie Cash, psiholog clinician și cofondatoare a reSTART, mi-a explicat că „nu e nimic în neregulă să-ți faci prieteni online, câtă vreme îți faci prieteni și în lumea reală.[124] Dacă suntem prieteni buni și stăm împreună, acea interacțiune, acel schimb energetic degajă un întreg buchet de substanțe neuro-chimice care ne echilibrează pe amândoi în plan emoțional și fizic. Și

---

* Massive Multiplayer Online Game – o categorie de jocuri online cu un număr uriaș de jucători (n.t.).

pentru că suntem animale sociale ni se cuvine să avem o mulțime de astfel de interacțiuni care ne oferă siguranță și atenție și care ne mențin echilibrați. Nu suntem destinați să fim insule izolate." Prieteniile online care dau dependență și care îi atrag pe tinerii jucători nu sunt periculoase pentru ceva ce ne oferă, ci din cauza lucrurilor pe care nu pot să ni le ofere: ocazia să învățăm ce înseamnă să stăm, față în față, în timp ce avem o conversație cu o altă persoană. Dansul degetelor care lovesc tastele - chiar și interacțiunile la distanță prin camere web - se supune unui cu totul alt ritm și transmite informații pe o lățime de bandă mult mai îngustă. „E important chiar și mirosul unei alte persoane, contactul vizual susținut aferent situației de a fi în aceeași cameră", mi-a spus Cash. Ea mi-a amintit și că oamenii care comunică prin webcam nu par să se privească în ochi niciodată, pentru că ochii celeilalte persoane nu sunt perfect aliniați cu acea cameră web care le transmite lor privirea ta. „Seamănă bine cu situația în care îi dai zahăr unei persoane înfometate", mi-a spus Cash. E plăcut pe termen scurt, dar în cele din urmă, va muri de foame."

Cash m-a invitat să particip la o sesiune de discuții de grup cu pacienții internați în centru. În timp ce începea sesiunea, ea repeta o mantra pe care o auzisem deja de câteva ori: „Amintește-ți: odată ce creierul tău castravete ți s-a murat, nu se va mai putea transforma niciodată înapoi în castravete". Fraza era menită să îi descurajeze pe pacienții de la centru să facă ceea ce făcuse Vaisberg atunci când părăsise centrul: să creadă că puteau să joace doar un joc fără să recidiveze. Cash încerca să explice că, într-un fel, creierii celor de la centru se muraseră pentru totdeauna și că dependențele lor vor rămâne întotdeauna pe punctul de a se reactiva. Mantra era o modalitate simpatică de a spune ceva foarte dureros: este imposibil să scapi vreodată complet de consecințele durabile ale

dependenței. De asemenea, Cash folosea mantra și pentru a explica ce se întâmplă atunci când creierul este privat de interacțiuni sociale offline. Așa cum mi-a spus-o ea: „Dacă îți petreci timpul mereu online, o parte din tine se ofilește".

Cash mi-a sugerat să vorbesc cu Andy Doan, un neurolog care studiase învățarea și memoria la Johns Hopkins.[125] Mi-a spus că Doan era un expert în dependența de jocuri care putea să îmi spună mai multe despre efectele negative ale interacțiunilor online cu alte persoane. L-am sunat pe Doan imediat ce m-am întors în New York. El lucrează acum ca medic chirurg specializat în oftalmologie, dar a citit și a scris pe larg despre dependență. El mi-a spus că jocurile care dau dependență au trei elemente esențiale: „Prima parte este cufundarea – senzația că ești integrat în joc. Al doilea este realizarea – sentimentul că reușești să faci ceva. Și al treilea – și de departe cel mai important – elementul social". Dependența de jocuri s-a răspândit îngrijorător, mi-a spus Doan, pentru că a devenit mai ușor să comunicăm în timp real cu alți jucători datorită conexiunilor de mare viteză. S-au dus vremurile rețelelor greoaie și ale iubitelor, deși periferice, jocuri MUD ale lui Ryan Petrie, care îi făceau dependenți pe mult mai puțini indivizi. Acum Isaac Vaisberg și zeci de milioane de alți jucători înrăiți pot să construiască prietenii virtuale care aproape arată și trezesc emoții ca cele reale.

Doan a explicat de ce un creier crescut cu prietenii online nu poate niciodată să se adapteze complet la interacțiunile din lumea reală. În anii 1950 și 1970, într-o serie celebră de experimente, cercetătorii Colin Blakemore și Grahame Cooper care studiau vederea, au demonstrat că ceea ce vede un pui de pisică îi modelează funcționarea creierului pentru tot restul vieții. Într-un experiment aceștia au închis pui de pisică într-o cameră foarte întunecată până când au împlinit cinci luni. O dată

pe zi scoteau din cameră jumătate dintre pisici și le așezau într-un cilindru acoperit cu dungi orizontale albe și negre. Pe cei rămași îi așezau într-un cilindru similar, doar că acesta era acoperit cu dungi albe și negre verticale. Așadar, jumătate dintre pisici au văzut numai linii verticale și jumătate doar linii orizontale. Aceștia au explicat că, pentru fiecare pui de pisică, „nu existau colțuri în mediul propriu, iar limitele superioare și inferioare ale lumii lor erau foarte depărtate între ele. Nu își putea vedea nici măcar propriul corp, pentru că purtau un guler negru lat care îi limitau câmpul vizual". Ei au adăugat, oferindu-le puțină alinare celor care erau măcar vag preocupați de bunăstarea animalelor, că „pisicile nu au părut să fie deranjate de monotonia mediului înconjurător și își petreceau perioade lungi cu inspectarea pereților cilindrului."

Când Blakemore și Cooper le-au permis pisicilor să umble într-o cameră normală, acestea au fost foarte dezorientate. Toate, indiferent dacă fuseseră expuse la linii orizontale sau verticale, au avut mari dificultăți în estimarea distanței la care se aflau față de obiecte. Dădeau peste picioarele meselor, nu reușeau să sară înapoi când cercetătorul se purta ca și cum urma să le atingă fețele și nu puteau să urmărească obiecte în mișcare decât dacă făceau și zgomot. (Dacă ați văzut cu câtă înverșunare fug pisicile după proiecțiile laser, înțelegeți cât de ciudat este ca o pisică să ignore o minge care se rostogolește.) Când au examinat activitatea cerebrală de la nivelul creierelor puilor de pisică, Blakemore și Cooper au descoperit că pisicile care fuseseră expuse la medii verticale nu reacționau în niciun fel la liniile orizontale și nici cele expuse la medii orizontale nu reacționau la linii verticale. Creierii lor erau efectiv orbi în fața stimulilor la care nu fuseseră expuse în mod firesc în timpul primelor câteva luni de viață. Andy Doan mi-a spus că această situație era ireversibilă. Cortexul vizual din interiorul

capetelor acestor biete pisici fusese murat pentru totdeauna și nici măcar expunerea lor la medii normale pentru tot restul vieților lor nu le ajuta să inverseze multe dintre consecințele aferente vieților lor ciuntite de la început.

Doan a făcut o analogie cu pacienții lui Hilarie Cash care erau internați la reSTART. Termenul de specialitate pentru ceea ce le-au indus pisicilor Blakemore și Cooper se numește ambliopie vizuală (varianta greacă a „vederii obtuze"). Doan mi-a spus că acei copii crescuți cu mult internet suferă de un fel de ambliopie emoțională. Copiii își dezvoltă diferite abilități cognitive la diferite vârste, în așa-numitele perioade critice. Asimilează cu ușurință noi limbi până la patru sau cinci ani, după care nu mai pot învăța limbi noi fără eforturi considerabile. Un raționament similar este valabil și pentru aptitudinile sociale – și pentru învățarea felului în care se poate explora lumea complexă a sexualității adolescentine. Dacă nu au ocazia să interacționeze față în față, există o probabilitate crescută ca acei copii să nu mai asimileze niciodată acele abilități.

Cash a întâlnit zeci de adolescenți, majoritatea băieți, dar și fete, care nu au nicio problemă să interacționeze online unii cu alții, dar care nu pot purta o conversație cu cineva care stă în fața lor. Problema se agravează atunci când încurajezi băieți și fete să interacționeze. „Cum înveți să vorbești, să flirtezi, să te comporți la întâlniri și să ajungi în dormitor, dacă nu ai interacționat cu alții decât online?", a întrebat Cash. „Băieții noștri sunt deturnați și ajung să aibă tulburări de intimitate. Nu au aptitudinile necesare pentru a aduce la un loc sexualitatea și intimitatea. Mulți dintre ei recurg la pornografie în loc să construiască relații reale și niciodată nu par să ajungă să înțeleagă cu adevărat intimitatea autentică." Cash s-a referit la „băieții noștri" pentru că centrul nu mai primește femei. „Timp de patru ani am internat femei, dar a trebuit să ne

revizuim politica după ce mai mulți pacienți au ignorat regula «fără intimitate fizică». Pe atunci aveam mult mai multe cereri de internare din partea bărbaților, așa că am hotărât să nu mai primim femei. Acum, odată cu expansiunea jocurilor relaxate fără violență și a celor sociale, avem aproape la fel de multe cereri din partea femeilor pe cât avem și din partea bărbaților. S-ar putea să trebuiască să ne reevaluăm politica."

Chiar și dependenții care, asemenea lui Isaac Vaisberg, reușesc cumva să câștige la loteria șarmului, rămân susceptibili să dezvolte o varietate de tulburări psihologice și sociale. Un studiu a arătat că jucătorii înverșunați cu vârste cuprinse între zece și cincisprezece ani și care se joacă mai mult de trei ore pe zi sunt mai puțin satisfăcuți de viețile lor, mai puțin predispuși să fie empatici față de alții și este mai puțin probabil ca aceștia să știe cum să își gestioneze adecvat emoțiile.[126] Trei ore pe zi s-ar putea să sune mult, dar studii recente au arătat că puștii petrec în fața ecranelor, în medie, între cinci și șapte ore în fiecare zi. Când membrii generației Y vor deveni adulți, există o probabilitate semnificativă să aibă creierii sociali murați.

Partea a treia

Viitorul dependenței comportamentale (și câteva soluții)

10 | Cum să eliminăm dependențele de la bun început

Astăzi, elevul obișnuit cu vârsta între opt și optsprezece ani își petrece o treime din viață dormind, o treime la școală și o treime cu noile forme de media, de la smartphone-uri și tablete la televizoare și laptopuri. Își petrece mai mult timp comunicând prin intermediul unui dispozitiv decât o face direct, față în față, cu alte persoane. De la începutul noului mileniu, procentul de joacă în absența unui ecran a scăzut cu 20%, în timp ce rata alocată jocurilor pe ecrane a crescut cam tot pe atât. Aceste statistici nu sunt în mod obligatoriu îngrijorătoare – lumea se schimbă constant –, dar în 2012 șase cercetători au demonstrat că oamenii au un preț de plătit.

În vara lui 2012, 51 de copii au mers în tabără în apropierea orașului Los Angeles.[127] Copiii erau puști obișnuiți în raport cu profilul elevilor din școlile publice din zona de sud a Californiei: un amestec echilibrat de fete și băieți în vârstă de doisprezece sau treisprezece ani, provenind din diferite medii etnice și socioeconomice. Cu toții aveau acces la calculator acasă și aproximativ jumătate aveau telefon. Își petreceau în fiecare zi o oră cu mesaje scrise către prieteni, cam două ore și jumătate se uitau la televizor, iar pe calculator se jucau puțin mai mult de o oră. În acea săptămână, copiii urmau să își lase acasă telefoanele, televizoarele și consolele de jocuri. În schimb, au mers în drumeții, au învățat să folosească busola și au tras cu arcul. Au învățat să facă de mâncare la foc de tabără și cum să

deosebească o plantă comestibilă de una otrăvitoare. Nu li s-a indicat explicit să se privească în ochi, față în față, dar în absența dispozitivelor media exact asta s-a întâmplat. În loc să citească „LOL*" și să se holbeze la pictograme zâmbitoare, chiar au râs și au glumit. Sau nu, dacă erau triști sau supărați.

În dimineața zilei de luni, când au ajuns în tabără, copiii au dat un scurt test numit DANVA2**. E un test distractiv – unul dintre acele teste care se răspândește viral pe Facebook – pentru că tot ce ai de făcut este să interpretezi stările emoționale ale unor străini.

Jumătate din test ți-o petreci uitându-te la poze cu chipurile lor, iar în cealaltă jumătate îi asculți în timp ce citesc o propoziție cu voce tare. Apoi decizi dacă sunt triști, fericiți, mânioși sau speriați. S-ar putea să sune banal, dar nu este. Unele dintre fețe și unele dintre voci sunt ușor de citit – acestea sunt etichetate ca având „intensitate mare" –, dar multe dintre ele sunt subtile. La fel cu a te hotărî dacă Mona Lisa zâmbește discret sau e pur și simplu plictisită sau nefericită. Eu am făcut testul și am greșit câteva răspunsuri. Un tip suna de parcă ar fi fost ușor deprimat, dar testul mi-a spus că de fapt era ușor speriat. Copiii din tabăra de vară au trecut prin același lucru. Au făcut, în medie, 14 erori pentru cele 48 de elemente din test.

După patru zile de tabără și drumeții, copiii erau pregătiți să se urce în autobuze pentru a se întoarce acasă. Înainte să facă asta, cercetătorii le-au dat din nou testul DANVA2. Aceștia s-au gândit că o săptămână de interacțiuni față în față, fără distrageri din partea dispozitivelor, s-ar putea să îi facă pe copii mai sensibili la semnalele emoționale. Există motive

---

* Abreviere consacrată pentru *Laughing Out Loud* – „a râde în hohote" (n.t.).

** Acronim pentru Diagnostic Analysis of Nonverbal Behavior – Testul de recunoaștere a acurateții non-verbale (n.t.).

întemeiate pentru care s-ar presupune că practica duce la progres când vine vorba despre interpretarea indiciilor emoționale. Copiii care sunt crescuți în condiții de izolare – cum ar fi celebrul Băiat sălbatic din Aveyron care a fost crescut de lupi într-o pădure din Franța până la vârsta de nouă ani – nu învață niciodată să citească semnalele emoționale. Iar persoanele care sunt obligate să stea izolate au mari dificultăți în a interacționa cu alții atunci când ies din izolare și uneori se luptă cu acest handicap pentru tot restul vieții. Copiii care petrec timp împreună învață să interpreteze semnale emoționale și prin feedback repetat: ai putea să crezi că motivul pentru care colegul tău de joacă ține în mână o jucărie este pentru că vrea să vă jucați împreună, dar dacă te uiți la chipul lui vei înțelege că este pe punctul de a folosi jucăria ca armă.

Interpretarea emoțiilor este o aptitudine delicată care se atrofiază dacă nu este exersată și se rafinează odată cu exercițiul, iar asta este ceea ce au descoperit cercetătorii la tabăra de vară. Copiii s-au descurcat mult mai bine a doua oară când au dat testul DANVA2. Nu li se dezvăluiseră soluțiile corecte după prima aplicare a testului, dar procentul de erori a scăzut cu 33%. Cercetătorii au cerut și unui grup de control de copii de la aceeași școală să dea testul de două ori. Acești copii nu au mers în tabără, așa că au dat testul luni dimineața și vineri după-amiază, la fel ca puștii din tabără. Și la ei a scăzut puțin rata erorilor – cu 20% – probabil pentru că există un oarecare beneficiu datorat repetării testului, însă nivelul progresului a fost mult mai puțin impresionant decât în cazul celor care fuseseră în tabără.

Sigur, sunt multe aspecte diferite între o săptămână petrecută în oraș și una în tabără. În afară de accesul la gadgeturi și timpul petrecut față în față cu prietenii, mai există o mulțime de alte diferențe care ar fi putut explica ratele diferite de

progres înregistrate de cele două grupuri la testul DANVA2. Oare petrecerea timpului în natură îmbunătățește funcțiile cognitive? Sau devii mai deștept când petreci timp cu semeni de-ai tăi? Sau faptul că te ții departe de gadgeturi face diferența? Este imposibil de răspuns cu certitudine, dar asta nu schimbă recomandarea: copiii se descurcă mai bine la o sarcină care le crește calitatea interacțiunilor sociale atunci când petrec mai mult timp cu alți copii într-un mediu natural, decât atunci când își petrec o treime din vieți lipiți de ecrane luminate.

Copiii sunt în mod special vulnerabili în fața dependenței, pentru că le lipsește autocontrolul care îi împiedică pe mulți adulți să deprindă obiceiuri care dau dependență. Societățile de reglementare reacționează prin refuzul de a vinde copiilor alcool și țigări - dar foarte puține societăți reglementează dependențele comportamentale. Copiii încă pot să se joace ore la rând cu tehnologii interactive și încă pot să joace jocuri video oricât de mult le permit părinții. (Coreea și China au flirtat cu așa-numitele legi ale Cenușăresei*, care le interzic copiilor să se joace între miezul nopții și ora șase dimineața.)

De ce nu ar trebui să li se permită copiilor să se joace cu tehnologii interactive ore la rând?[128] Și de ce, așa cum am menționat în prolog, le interzic atât de mulți experți în tehnologie propriilor copii să folosească tocmai dispozitivele pe care ei le creează și le promovează în mod public? Adevărul este că nu vom ști, încă ceva vreme, cum reacționează copiii la utilizarea în exces a tehnologiei. Prima generație de utilizatori nativi de iPhone a ajuns abia la vârsta de opt sau nouă ani, iar prima generație de utilizatori nativi de iPad se află încă la pragul de

* În original, *Cinderella laws* (n.t.).

șase sau șapte ani. Nu au ajuns la vârsta adolescenței, așa că nu se poate ști exact cât de diferiți sunt față de semenii lor care sunt doar puțin mai mari decât ei. Dar știm la ce să ne uităm. Tehnologia absoarbe unele dintre activitățile cognitive de bază care erau cândva universale. Copiii din anii 1990 și de mai devreme memorau zeci de numere de telefon; interacționau între ei mai mult decât cu dispozitive; și își inventau propria distracție în loc să ia distracție gata fabricată din aplicații la 99 de cenți.

Cu câțiva ani în urmă am început să fiu interesat de ceea ce numim imunizarea greutăților. Conform acestei idei, a te lupta cu un puzzle cognitiv – cum ar fi să încerci să-ți amintești un număr de telefon sau să te hotărăști ce vrei să faci într-o după-amiază lungă de duminică – te imunizează împotriva viitoarelor greutăți mintale, la fel cum vaccinurile ne imunizează împotriva bolilor. De exemplu, să citești o carte e mai dificil decât să te uiți la televizor (David Denby, critic de film pentru *New Yorker*, a scris recent că, pe măsură ce cresc, copiii abandonează cărțile. „Cărțile miros a bătrânețe", l-a auzit din întâmplare pe un adolescent spunând.[129]) Există dovezi bune până acum în sprijinul ideii că greutățile mintale în doze mici ne fac bine. Tinerii adulți se descurcă mult mai bine la sarcini cognitive cu chichițe atunci când au rezolvat mai devreme altele dificile (nu unele ușoare). Și atleții adolescenți se hrănesc din provocări: de exemplu, am descoperit că echipele de baschet din facultăți se descurcă mai bine atunci când au programe mai solicitante în presezon. Aceste dificultăți inițiale blânde sunt esențiale. Este periculos să-i privăm pe copiii noștri de ele prin înmânarea unui dispozitiv care face totul mai ușor – atâta doar că nu știm cât de periculos.

Atunci când ne bazăm prea mult pe tehnologie ajungem și la un fenomen cunoscut sub numele de *amnezie digitală*. În

două studii, mii de adulți americani și europeni au avut dificultăți în a-și aminti o serie de numere de telefon importante. Le-a fost dificil să își amintească numerele de telefon ale copiilor și numărul centralei de la locul de muncă. La alte întrebări, 91% dintre participanți și-au descris telefoanele ca fiind „extensii ale creierilor lor". Majoritatea a spus că ar căuta răspunsuri online la întrebări înainte să încerce să răspundă singuri, din memorie, iar 70% au spus că ar simți tristețe sau panică dacă și-ar pierde telefoanele mobile, chiar și pentru puțin timp. Cei mai mulți au spus că existau în telefoanele lor informații pe care nu le aveau în minte și care nu erau păstrate în niciun alt loc.

Psihologul Sherry Turkle de la MIT a afirmat și că tehnologia îi face pe copii să comunice prost.[130] Să luăm drept exemplu mesajele scrise, pe care mulți copii (și adulți) le preferă în detrimentul apelurilor telefonice. Textele scrise ne permit să modelăm mesajele mai exact decât prin viu grai. Dacă de obicei răspunzi cu „haha" la o glumă, poți să scrii „hahaha" pentru a semnala că aceasta este în mod deosebit de amuzantă – sau „HAHAHAHA" dacă poanta e senzațională. Dacă ești nervos, poți să răspunzi prin tăiosul „k" și dacă ești furios poți să alegi să nu răspunzi deloc. Pentru a țipa folosești un singur „!" și pentru a exclama zgomotos folosești „!!" sau chiar „!!!!". Aceste semnale au un fel de precizie matematică – poți număra grupurile de „ha" sau simbolurile „!" –, așa că mesajele scrise sunt ideale și pentru emițătorii care tind să se ferească de riscuri și sunt îngrijorați în privința erorilor de comunicare. Dezavantajul evident este că nimic nu e spontan și foarte puțin e ambiguu atunci când respecți regulile vorbirii scrise. Nu există semnale non-verbale; nici pauze, ritm, chicoteli neplanificate sau oftat care să sublinieze mesajul. Fără aceste indicii, copiii nu pot învăța să comunice față în față.

Turkle ilustrează limitările unei comunicări prin telefon menționând o remarcă pe care comediantul Louis C.K. i-a împărtășit-o lui Conan O'Brien în 2013. El explica atunci că el nu creștea copii, ci el îi crește pe adulții în care urmează să se transforme aceștia. Telefoanele, spunea el, sunt „toxice, mai ales pentru copii".

> Nu se uită la oamenii care vorbesc cu ei. Și nu își dezvoltă empatia. Știi, copiii sunt răutăcioși. Iar asta pentru că testează. Se uită la un copil și-i spun: „Ești gras". Când văd cum i se schimonosește chipul, se gândesc: „O, nu e o senzație plăcută să ți se spună asta"..., dar când scriu „Ești gras" reacționează gen „Mmm, a fost distractiv. Îmi place".

Pentru Louis C.K. comunicarea față în față este esențială, pentru că este singura modalitate prin care copiii pot înțelege cum îi afectează cuvintele lor pe alții.

În timp ce scriu aceste rânduri se împlinesc două săptămâni de când soția mea l-a născut pe primul nostru copil. Sam Alter s-a născut într-o lume a ecranelor. Ecranul de pe aparatul de monitorizare poartă vocile și chipurile noastre până în camera lui. Ecranul de pe iPad-ul meu îi face cunoștință cu bunicii, unchiul și verii lui de peste tot din lume. Televizorul din sufrageria noastră afișează imagini în mișcare și sunete în timp ce îl legănăm ca să adoarmă. Cu timpul va învăța să folosească singur iPad-ul și televizorul. Apoi va învăța să folosească smartphone-urile și calculatoarele și cine știe ce dispozitive care vor fi în curând inventate și se vor nimeri să devină definitorii pentru generația lui, la fel cum calculatoarele și telefoanele inteligente au fost reprezentative pentru a noastră. În

multe privințe, aceste ecrane îi vor îmbogăți copilăria: se va uita la videoclipuri, se va juca și va interacționa cu alții în feluri pe care strămoșii lui le considerau SF. Dar există o probabilitate semnificativă să-i și ia din copilărie. Lumile bidimensionale ale ecranelor sunt versiuni mai sărace ale realității. Interacțiunile sociale sunt diluate, există mai mult loc pentru producții de-a gata și mai puțin loc pentru imaginație și explorare. Așa cum mi-a spus Andy Doan, timpul pe care îl petrec copiii cu ecranele ajunge să influențeze cum interacționează aceștia cu restul lumii pentru tot restul vieții. E mai ușor să atingi echilibrul optim mai devreme decât să corectezi mai târziu tipare nesănătoase.

Un subgen al videoclipurilor de pe YouTube arată cum reacționează bebelușii la ecrane: nu știu cum să folosească revistele. Unul dintre aceste videoclipuri are mai mult de cinci milioane de vizionări. Înfățișează o fetiță de un an care folosește iPad-ul ca un profesionist. Ea trece de la un ecran la altul și râde fericită pe măsură ce dispozitivul se supune voinței sale. Gestul de măturare a ecranului, pe care cei de la Apple l-au prezentat odată cu primul lor iPhone, în 2007, este la fel de firesc pentru ea ca respiratul sau mâncatul. Dar atunci când se află în fața unei reviste, fetița continuă să mătură cu degetul, devenind nemulțumită când pozele inerte din fața ei refuză să se transforme în altele noi. Ea este printre primii oameni care vor înțelege lumea astfel – să creadă că are putere fără margini asupra mediului vizual și capacitatea să depășească degradarea fiecări experiențe prin întâmpinarea înlocuitoarei cu o mișcare disprețuitoare din deget. Videoclipul este potrivit intitulat „O revistă este un iPad defect", iar comentariile asociate videoclipului pun întrebări ca: „Poți să explici de ce i-ai da un iPad unui copil de un an?"

iPad-urile ușurează mult munca de părinte. Acestea le oferă divertisment regenerabil copiilor cărora le place să urmărească videoclipuri sau să se joace, așa că sunt un miracol pentru părinții suprasolicitați și mult prea obosiți. Dar în același timp stabilesc și precedente periculoase de care copiii se vor chinui să scape în drumul spre maturitate. Hilarie Cash de la reSTART are opinii ferme pe această temă. Nu e puritană, dar a văzut cu ochii ei efectele supraexpunerii. „Copiii nu ar trebui să fie expuși la ecrane înainte să aibă doi ani", spune ea. Cash susține că interacțiunile lor ar trebui să fie directe, sociale, la prima mână și concrete. Acei primi doi ani stabilesc standardul pentru maniera în care vor interacționa copiii cu lumea în momentul în care vor avea trei ani, patru, șapte, doisprezece și tot așa. „Ar trebui să li se permită să se uite la televizor în mod pasiv până când ajung la școala primară – în jurul vârstei de șapte ani –, moment în care ar trebui să li se prezinte formele interactive de media, ca iPad-urile și smartphone-urile", spune Cash. Ea sugerează și să limităm intervalul de timp petrecut cu ochii în ecrane la două ore pe zi, chiar și în cazul adolescenților. Recunoaște că „nu e ușor. Dar este esențial. Copiii au nevoie de somn, de activitate fizică, de timp petrecut cu familia și de timp în care să-și folosească imaginația". Aceste lucruri nu se pot întâmpla atunci când sunt pierduți în lumea ecranelor.

Academia americană de pediatrie (AAP) este de acord cu Cash. „La televizor și la alte medii de divertisment nu ar trebui să fie expuși bebelușii și copiii sub doi ani", recomanda AAP într-un raport online. „Creierul unui copil se dezvoltă rapid în timpul acestor primi ani și copiii învață cel mai bine prin interacțiuni cu oamenii, nu cu ecranele." S-ar putea să fie așa, dar abstinența este cam greu de impus când ecranele sunt peste tot. Chiar și în 2006 – cu patru ani înainte ca Apple să

lanseze primul model de iPad – Fundația Kaiser a descoperit că 43% dintre copiii mai mici de doi ani se uitau zilnic la televizor și 85% se uitau cel puțin o dată pe săptămână. Fix 61% dintre copiii cu vârste de până la doi ani petreceau un timp în fața unui ecran în fiecare zi. În 2014, o organizație numită Zero to Three semnala că 38% dintre copiii mai mici de doi ani folosiseră un dispozitiv mobil (comparativ cu 10% în 2012). Până să împlinească patru ani, 80% dintre copii folosiseră un dispozitiv mobil.

Zero to Three alege o abordare mai blândă decât cei de la AAP, recunoscând că o anumită perioadă în fața ecranului este aproape inevitabilă. În loc să interzică de tot ecranele, Zero to Three recomandă anumite *tipuri* de timp petrecut în fața ecranelor. Raportul lor începe astfel:

> Un număr considerabil de cercetări arată că cel mai important factor care influențează dezvoltarea sănătoasă a copilului este o relație pozitivă între părinte și copil, caracterizată de interacțiuni blânde și iubitoare, în cadrul cărora părinții și cei care au grijă de copil reacționează sensibil la semnalele celui mic și îi pun la dispoziție activități potrivite vârstei care să cultive curiozitatea și învățarea.

În mod evident AAP este de acord – declarația pe care au făcut-o referitor la consumul de media în rândul bebelușilor se încheie cu: „Copiii mici învață cel mai bine din interacțiuni cu oamenii, nu cu ecranele". Diferența dintre ei este că Zero to Three ia în calcul și că cei mici pot să dezvolte interacțiuni sănătoase cu ecranele, câtă vreme părinții sunt și ei implicați. În loc să interzică ecranele, aceștia vorbesc despre trei calități importante ale timpului petrecut în mod sănătos în fața ecranului.

Întâi, părinții ar trebui să își încurajeze copiii să facă legături între ceea ce văd în lumea ecranelor și experiențele pe care le

au în lumea reală. Dacă o aplicație le cere copiilor să aranjeze cuburi de lemn în funcție de culoare, părinții ar putea să le ceară acelor copii să eticheteze culorile hainelor în timp ce sortează rufele împreună. Dacă o aplicație arată cuburi din lemn și mingi, copiii ar trebui să se joace apoi cu mingi și cuburi de lemn reale. Nicio experiență nu ar trebui să rămână închisă într-o lume virtuală care a fost creată pentru a imita realitatea. Această formare a unei punți între ecran și realitate este cunoscută ca transfer de învățare și facilitează învățarea din două motive: presupune ca cei mici să repete ceea ce au învățat și îi încurajează să generalizeze ce au învățat, să gândească mai departe de situația singulară. Dacă un câine de pe ecran este la fel ca un câine de pe stradă, copilul învață despre câini că pot exista în mai multe contexte.

A doua – implicarea activă este mai bună decât vizionarea pasivă. O aplicație care le solicită copiilor să acționeze, să memoreze, să ia decizii și să comunice cu părinții lor este mai bună decât o emisiune TV care le permite să absoarbă pasiv conținut. Emisiuni cu ritm mai lent, ca *Sesame Street*, încurajează participarea și interacțiunea, așa că sunt superioare producțiilor cu ritm mai alert, cum ar fi *SpongeBob SquarePants* (serie concepută pentru copii cu vârste mai mari de cinci ani). Într-un studiu s-a arătat că puștii de patru ani care se uitau timp de nouă minute la *SpongeBob* (în locul unor desene animate educaționale, cu ritm mai lent) aveau dificultăți apoi cu amintirea noilor informații și cu capacitatea de a se abține în fața diferitelor tentații. Astfel, televizorul ar trebui să fie rareori în fundal, iar timpul petrecut în fața lui ar trebui să fie delimitat de restul zilei.

A treia – timpul petrecut în fața ecranului ar trebui să se concentreze întotdeauna mai degrabă pe conținutul aplicației decât pe tehnologia în sine. Copiii care urmăresc firul unei

poveşti ar trebui să spună ce cred ei că urmează să se întâmple în continuare; să arate şi să identifice personajele de pe ecran; şi să se mişte suficient de lent pe parcursul procesului încât să nu fie copleşiţi de explorarea tehnologiei. În măsura în care se poate, o poveste desfăşurată pe ecran ar trebui să imite experienţa unei cărţi.

Asemenea copiilor mai mici, adolescenţii tind să fie vulnerabili în faţa dependenţei. reSTART foloseşte metafore cu diete şi probleme de mediu pentru a descrie când şi cât de frecvent ar trebui să interacţioneze copiii mai mari cu ecranele. Cash mi-a spus că ea preferă să nu folosească termenul „dependenţă", care face aluzie la toate capcanele bolii. În schimb, centrul adoptă limbajul mişcării ecologice. Pagina principală a site-ului enunţă că reSTART este un „Centru pentru durabilitatea tehnologiei digitale" şi că îi învaţă pe oameni să adopte stiluri de viaţă durabile. Centrul este mai degrabă o „staţiune" decât un spaţiu pentru tratament. „Este imposibil să eviţi cu totul tehnologia, deci scopul nostru nu este să îi învăţăm pe clienţii noştri să renunţe complet la ea", mi-a spus Cash. „Noi îi învăţăm pe oameni cum să rezolve probleme, ceea ce nu este o formă tradiţională de terapie." Cash a explicat că rezolvarea de probleme era esenţială, pentru că planul de tratament se întindea pe numai 45 de zile. După aceea, băieţii erau pe cont propriu.

Planul de tratament de la reSTART are trei etape. În timpul primei faze pacienţilor nu li se permite deloc să folosească tehnologie. Se dezintoxică, iar asta durează de obicei cam trei săptămâni. „Unii dintre băieţi opun multă rezistenţă, dar ceilalţi acceptă procesul", a spus Cash. „De regulă putem să ne dăm seama până la finalul primei faze cine se va bucura de tratament şi cei mai mulţi reuşesc." În perioada rămasă din prima fază – încă trei sau patru săptămâni – băieţii continuă să

locuiască în centru. Învață aptitudinile de bază necesare în viață, aptitudini care multora le lipsesc, cum ar fi să gătească un ou, să curețe o toaletă, să-și facă patul și, cel mai important, să își gestioneze emoțiile. (Unul dintre băieți mi-a spus că jucase de câteva ori șah de când venise la reSTART și de obicei jocurile s-au încheiat în momentul în care el a dărâmat tabla de nervi.) De asemenea, învață să facă mișcare și să se bucure de natură, acestea având o pondere importantă în filozofia reSTART: dacă urmează să elimini o componentă semnificativă a vieților lor, trebuie să o înlocuiești cu ceva care să îi prindă și care să le permită să scape de tehnologie. Partenera lui Cash, Cosette Rae, mi-a spus că soțul ei coordonează plimbări în natură. reSTART se află într-o pădure întinsă, dar în afară de aceasta băieții merg în drumeții și pe Muntele Rainier, aflat în apropiere. Se antrenează în fiecare zi la sala de gimnastică a centrului și mulți dintre ei ajung să fie chiar în formă. Cash mi-a citat dintr-un studiu independent care arătase că 78-85% dintre băieți fac progrese pe parcursul acestei faze inițiale.

În timpul celei de-a doua etape pacienții în recuperare se mută în cămine similare caselor administrate de Alcoolicii Anonimi. Acolo învață să pună în practică aptitudinile pe care le-au asimilat la reSTART. Își caută slujbe sau oportunități de voluntariat ori urmează cursuri de specializare. Casele funcționează după reguli stricte, iar pacienții primesc sprijinul reSTART în schimbul prezentării la centru pentru vizite programate regulat. Am întrebat-o pe Cash dacă programul a avut succes, iar ea mi-a spus că a avut, dar că nu putea să-mi comunice niște cifre concrete. reSTART este mic și natura problemei fiecărui băiat este ușor diferită, așa că este dificil de măsurat procentul recidivelor. Un student care urma studii postuniversitare lucra atunci cu Rae și Cash pentru a implementa un plan de evaluare mai riguros.

A treia și ultima etapă începe în momentul în care foștii pacienți sunt pregătiți să se întoarcă la o viață fără supraveghere. Mulți dintre ei rămân în Washington, aproape de centru, ceea ce le permite să mai treacă pe la centru la fiecare câteva săptămâni sau luni. Din moment ce vin de peste tot din țară, uneori și din afara Statelor Unite, este și mai puțin probabil să fie tentați de vechi obiceiuri, dacă evită oamenii și locurile asociate cu fostele lor dependențe. (Amintiți-vă de veteranii din Vietnam care au scăpat de dependența de heroină când s-au întors acasă din război.) Isaac Vaisberg a descoperit asta pe propria piele în momentul în care s-a întors acasă după prima lui vizită la reSTART și nu s-a putut abține să nu joace World of Warcraft. După a doua internare la centru s-a hotărât să rămână pe aproape și încă stă la distanță de un drum scurt cu mașina față de reSTART.

Cei mai mulți dintre adolescenți nu au nevoie să stea într-un loc similar cu reSTART, dar părinții lor tot sunt îngrijorați de felul în care interacționează cu jocurile și rețelele sociale. Catherine Steiner-Adair, psihologul despre care v-am vorbit în primul capitol, a susținut interviuri cu mii de adolescenți și părinții acestora, pentru a ajunge la un set de principii elementare pentru creșterea copiilor.[131] Ea mi-a explicat că adolescenții reacționează prost la părinții care sunt „Înfricoșători, Nebuni și Neștiutori".

Caracterul înfricoșător se manifestă sub forma unei tensiuni rigide, critice. Pe măsură ce părinții devin mai îngrijorați, în mod firesc li se agravează și tonul. Exprimări ca: „Nu ai să mai poți merge la facultate!" sau „Niciodată n-ai să-l mai aduci pe acel prieten în această casă!" duc garantat la alienarea copiilor. Părinții nebuni reacționează exagerat atunci când copiii vin la ei cu problemele pe care le au. Steiner-Adair descrie cazul unei fete de doisprezece ani care primise un e-mail

jignitor de la prietena ei. „Nu putea să vorbească despre astfel de lucruri, pentru că mama ei avea un stil aparte de a dramatiza totul. «Va spune: *E oribil!* și apoi va începe, iar în acel moment nu va mai trebui să mă confrunt doar cu prietena, ci și cu nebuna de maică-mea.»" Este clar că mamei fetei îi pasă – vrea ca fiica ei să se simtă mai bine –, dar reacția ei instinctivă, exagerată, înrăutățește situația. Pe de altă parte, părinții neștiutori sunt demni de milă. Aceștia fie nu înțeleg viețile copiilor lor, fie li se par copleșitoare. „Un părinte care n-are habar își dă silința prea mult să devină prietenul copilului său", spune Steiner-Adair. „Ratează semnale, se implică adesea în chestii superficiale, dar în același timp nu reușește să aibă cu adolescentul lui discuții profunde despre valorile vieții și despre așteptări și consecințe."

Opuși părinților înfricoșători, nebuni și neștiutori sunt cei „Abordabili, Calmi, Informați și Realiști". Aceștia înțeleg că rețelele sociale fac parte din realitate. Uneori copiii lor vor fi supărați, dar reacțiile exagerate înrăutățesc situația. Acești părinți încearcă să înțeleagă cum interacționează copiii lor cu rețelele sociale. Le pun copiilor întrebări fără iz critic și mai cercetează și pe cont propriu. De asemenea, ei stabilesc și anumite limite, cultivând acel tip de relație durabilă cu tehnologia care este promovată la reSTART. Familia se implică în conversații offline cu semnificație și, în anumite momente ale zilei, cu toții sunt împreună offline. Unele dintre aceste idealuri s-ar putea să pară evidente în abstract, dar în practică nu sunt întotdeauna ușor realizabile. Mantra lui Steiner-Adair – Abordabil, Calm, Informat, Realist – este o regulă implicită utilă atunci când situația devine tensionată.

Până acum, guvernul american a ales să nu intervină în relația dintre copii și dependența comportamentală. Nu există clinici de stat pentru tratament, poate și pentru că un procent relativ mic dintre copiii dependenți au nevoie de ajutor psihiatric. Reacția celor din Asia de Est față de aceste dependențe comportamentale, mai ales în China și Coreea de Sud, a fost cu mult mai concretă decât a celor din Statele Unite.[132] În 2013, doi creatori de filme din Israel au lansat un documentar numit *Web Junkie**. Hilla Medalia și Shosh Shlam au intervievat timp de patru luni doctori, pacienți și părinți la o unitate de tratare a dependenței de internet din Beijing, China. Cu câțiva ani în urmă, China fusese prima țară care declarase dependența de internet drept tulburare clinică, etichetând-o „cea mai mare amenințare pentru sănătatea publică" în rândul populației adolescente.

Există mai mult de 400 de centre de tratament în China și, conform definiției naționale pentru dependența de internet, există mai mult de 24 de milioane de adolescenți dependenți de internet. Medalia și Shlam au vizitat unul dintre aceste centre, Tabăra Daxing de la Spitalul militar din Beijing, iar acolo au stat de vorbă cu decanul tratamentului dependenței de internet din China, profesorul Tao Ran. Ran este un psihiatru cu voce blândă, dar chiar și așa trezește ură în pacienții din centru. Cei mai mulți dintre ei au fost păcăliți să viziteze centrul, iar acolo au petrecut trei sau patru luni ca pacienți internați fără voie. Sunt forțați să ia o mulțime de pastile și să mărșăluiască în formație militară, chiar și când temperaturile scad mult în toiul iernii aspre din Beijing. Părinții lor, dintre care mulți plâng de-a dreptul în fața camerei de luat vederi, își

* În limbaj colocvial, „dependent de internet" (n.t.).

internează fiii (și din când în când fiicele), pentru că au senzația că nu au altă soluție. La începutul documentarului, profesorul Ran explică problema și rolul lui ca director al centrului:

> Dependența de internet este o problemă culturală în rândul adolescenților chinezi. A depășit orice altă problemă. În calitate de psihiatru, treaba mea este să stabilesc dacă este o boală. Observăm că acești copii au o înclinație pentru realitatea virtuală. Ei cred că lumea reală nu este la fel de bună ca cea virtuală. Cercetările noastre arată că dependenții stau online mai mult de șase ore pe zi, fără legătură cu munca sau studiul... unii puști sunt atât de prinși de aceste jocuri încât cred că și mersul la baie le va afecta randamentul. Așa că poartă scutec. Sunt la fel ca dependenții de heroină – tânjesc și așteaptă cu nerăbdare să joace în fiecare zi. De aceea i se spune „heroină electronică".

Mai târziu, profesorul Ran sugerează că este o problemă structurală – că nu este o boală și se găsește la nivel de societate. Se întâlnește cu un grup de părinți într-o cameră mică și deprimantă din centru. „Una dintre cele mai mari probleme a acestor copii este singurătatea. Singurătate. Știați că se simt singuri?", întreabă el, vorbind la un microfon cu ecou ciudat, care pare mai potrivit pentru o arenă. Un părinte răspunde: „Cred că este din cauză că e singurul copil din familie. Și ca părinți nu reușim să ni-i facem prieteni pe copiii noștri. Le cerem doar să învețe temeinic. Stresul pe care îl resimt, grijile, durerea – nu putem să vedem nimic din toate acestea. Ne pasă doar de studiile lor". Ran confirmă. „Așadar, unde își caută prieteni? Pe internet. Lumea virtuală e plină de tot felul de extravaganțe vizuale și sonore. Simulări care nu pot fi găsite nicăieri în altă parte. Devine cel mai bun prieten al lor." Este evident că profesorul Ran este ambivalent când vine vorba despre natura dependenței de internet. Pe de o parte își obligă

pacienții să ia medicație psihotropă, dar în același timp sugerează că nu este deloc o boală. Atunci când o societate produce milioane de copii care se simt singuri și epuizați, de ce nu ar recurge aceștia la o sursă nemărginită de companie și evadare? Pare a fi un răspuns rațional la nemulțumirile lor. Ceea ce îi trimite la pierzanie nu este faptul că suferă de o boală, ci mai degrabă că această lume digitală este în mod evident superioară lumii reale în care ar trebui să trăiască.

Adolescenții înșiși recunosc asta. Sunt sofisticați în feluri pe care nu le pot înțelege adulții care au crescut într-o lume relativ primitivă. Un grup de băieți adolescenți de la centru discută despre dependența lor în termenii unei etalări bărbătești a superiorității. Unul spune că a jucat ceva două luni la rând fără oprire – întreaga durată a vacanței de vară. Altul intervine și spune că el a jucat timp de 300 de zile, oprindu-se pentru scurte perioade ca să mănânce, să doarmă și să meargă la baie. Al treilea spune că definiția profesorului Ran pentru dependență e „vrăjeală". Șase ore pe zi i se pare ceva normal. „Dacă te uiți la definiția lor pentru dependența de internet, atunci 80% dintre chinezi trebuie să sufere de ea." Un al patrulea spune: „Cei mai mulți dintre noi nu cred că suferim de dependență de internet. Nu este o boală adevărată. Este un fenomen social". Băieții încearcă să minimalizeze problema, dar este evident că dependența de internet este o problemă uriașă și în curs de agravare în China.

Abordarea occidentală a dependenței comportamentale este la fel de ambivalentă ca cea a profesorului Ran. *Manualul de diagnostic și clasificare statistică a tulburărilor mintale* admite în prezent că jocurile de noroc reprezintă o dependență comportamentală autentică, iar folosirea excesivă a internetului

aproape că a fost inclusă în cea de-a cincea ediție a manualului din 2013. Acum există mai mult de 200 de lucrări științifice cu tema „dependenței de internet", așa că Asociația Americană pentru Psihiatrie a ales să o menționeze sumar în anexa manualului. Între timp, DSM a omis alte dependențe comportamentale ca cele de activități fizice, smartphone-uri și de muncă, pentru că nu atrăseseră încă suficient de multă atenție în lumea academică. Totuși asta nu face ca trăirea acestor dependențe să fie mai puțin autentică, așa cum am descoperit când am vorbit cu experți în tratarea dependențelor comportamentale. Chiar dacă APA nu le consideră boli sau tulburări, ele tot afectează multe mii de vieți. Și poate că nu ar trebui să fie considerate deloc tulburări clinice – poate, asemenea milioanelor de adolescenți chinezi care tratează singurătatea prin îmbrățișarea internetului, dependenții de comportamente doar reacționează la constrângerile lumii în care se întâmplă să trăiască.

Spre deosebire de modelul medical al profesorului Ran, cu pastilele și sesiunile lui de tratamente psihiatrice, reSTART tratează dependența comportamentală în primul rând ca pe o problemă structurală: repară structura vieții persoanei afectate și vei repara problema. Sesiunile terapeutice ocupă o pondere mică a planului de tratament de la reSTART – cu mult mai mică decât, să zicem, pregătirea pentru viață și aptitudinile de a face față situațiilor. Însă acestea nu sunt valabile pentru toate centrele americane. Există un spital care tratează dependența de comportamente foarte similar cu felul în care tratează medicina occidentală dependența de substanțe. Centrul medical regional Bradford din Pennsylvania a lansat în 2013 un program de tratament pentru dependenții de internet care presupune zece zile de internare. Kimberly Young, psihologul care a fondat programul, a devenit interesată de dependența

de internet la mijlocul anilor 1990.[133] „În 1994 sau 1995, o prietenă mi-a spus că soțul ei petrecea între 40 și 60 de ore pe săptămână în camere de chat pe AOL", mi-a povestit Young. „Accesul la internet era scump atunci, la 2,95 dolari pe oră, așa că obiceiul lui devenise o povară financiară. M-am întrebat atunci dacă oamenii pot să ajungă dependenți de internet." Young a elaborat IADQ*, Chestionarul pentru diagnosticarea dependenței de internet, și l-a publicat online. Asemenea chestionarelor referitoare la dependențele de jocuri de noroc și alcool, IADQ le cerea celor care le completau să indice dacă erau valabile pentru ei opt afirmații. Young mi-a explicat: „Oricine spunea că cel puțin cinci afirmații i se aplicau era «dependent»".

A doua zi a primit e-mailuri de la zeci de persoane care îi spuneau că erau îngrijorate. Multe dintre aceste persoane obținuseră mai mult de cinci puncte la test. Pe parcursul următorilor patru ani Young și-a rafinat și validat chestionarul, a adăugat douăsprezece elemente noi și l-a redenumit „Internet Addiction Test". (Am inclus o mostră cu întrebări din test în primul capitol al acestei cărți.)

Young a început să trateze un număr din ce în ce mai mare de dependenți de internet, număr care creștea vertiginos ca urmare a două evenimente punctuale, primul în 2007 și al doilea în 2010: apariția iPhone-ului și apoi a iPad-ului. „Interesul meu față de dependența de internet a explodat în momentul în care internetul a devenit mobil", mi-a spus Young. Contextul dependenței nu mai era limitat acasă – acum era peste tot. Până în 2010, Young conștientizase nevoia pentru un centru de tratament specializat. Un studiu din 2006, devenit depășit de multă vreme, sugera că unul din opt americani era

* Internet Addiction Diagnostic Questionnaire, în limba engleză, în original (n.t.).

dependent de internet, dar Young era convinsă că numărul era mult mai mare – și în creștere. A reușit să oprească șaisprezece paturi la Bradford și au fost puse deoparte pentru un centru de tratament a dependenței acute de internet. Vorbise cu Cash de la reSTART, dar Young prefera o abordare diferită, mai intensivă. În loc de 45 de zile, pacienții urmau să stea în unitatea ei doar zece zile. „Cei mai mulți oameni nu au timp să stea la noi mai mult de zece zile", a spus ea. Mulți dintre ei fuseseră la alți doctori care nu au putut să îi ajute, așa că până să vină la clinica ei, ajunseseră disperați. Treceau printr-o dezintoxicare rapidă care dura trei zile și apoi urmau șapte zile de terapie cognitiv-comportamentală centrată punctual pe problemă. Abordarea lui Young, cunoscută ca Terapia cognitiv-comportamentală pentru dependența de internet, sau CBT-IA*, împrumuta tehnici care avuseseră succes în tratamentul altor tulburări impulsive. Mulți dintre pacienții ei nu cred că au o problemă, așa că ea trebuie să îi învețe să conștientizeze că sunt, de fapt, dependenți. Apoi îi învață să reformuleze unele dintre ideile nocive care i-au adus în situația de folosire în exces a internetului – de exemplu, noțiunea că ar fi incapabili să lege prietenii în mediul offline. CBT-IA îi încurajează pe pacienți să se și implice din nou în lumea offline, lume pe care mulți o abandonaseră în favoarea unei lumi online care pare mai tolerantă.

În 2013, Young a publicat o lucrare care descria efectele CBT-IA asupra unui număr de 128 de dependenți de internet. Le-a măsurat progresul imediat după douăsprezece sesiuni de tratament și apoi repeta măsurarea la un interval de o lună, trei luni și șase luni după încheierea tratamentului. Rezultatele au fost încurajatoare: imediat după tratament pacienții lui Young

* Cognitive Behavioral Therapy for Internet Addiction, în limba engleză, în original (n.t.).

erau mai puțin preocupați de internet, mai capabili să își gestioneze timpul și mai puțin predispuși să resimtă consecințe negative din cauza folosirii excesive. După șase luni, unele dintre beneficiile tratamentului se alteraseră, dar tiparele erau similare: CBT-IA părea să dea rezultate, cel puțin în cazul acestui eșantion limitat.

Programe ca reSTART, metoda CBT-IA a lui Kimberly Young și academia militară a profesorului Ran sunt tentative disperate de gestionare a celor mai grave cazuri de dependență comportamentală – și sunt limitate la dependențe de internet și jocuri. Nu sunt perfecte, dar primele dovezi sugerează că aduc beneficii mici sau moderate. Dar ce facem cu celelalte milioane care nu sunt pregătite sau nu pot să se interneze – milioanele de oameni care fac mișcare prea des, care lucrează mai mult decât ar trebui și care nu se pot abține să nu cheltuie prea mulți bani online?

Răspunsul nu este să tratăm medicamentos aceste forme moderate de dependență, ci să modificăm structura stilului nostru de viață, atât la nivel de societate, cât și mai restrâns, pe măsură ce ne construim viețile de zi cu zi. Este mult mai ușor să prevenim situația în care indivizii ajung de la bun început să fie dependenți decât să corectăm comportamente dăunătoare deja existente, așa că aceste schimbări nu ar trebui să înceapă cu adulții, ci ar trebui să înceapă de la copiii mici. Părinții și-au învățat dintotdeauna copiii cum să mănânce, când să doarmă și cum să interacționeze cu alți oameni, dar treaba de părinte în ziua de astăzi nu este completă fără lecții despre cum să interacționeze cu tehnologia și pentru cât timp în fiecare zi.

La fel ca Alcoolicii Anonimi, multe programe clinice promovează abstinența: fie te abții de la comportamentul care a

indus dependența, fie nu ai să scapi niciodată de ea. Din moment ce abstinența nu este o opțiune practică pentru multe dintre comportamentele moderne, una dintre opțiunile de intervenție urmează un alt tip de abordare. În timp ce Alcoolicii Anonimi sugerează că dependenții sunt neputincioși când vine vorba despre depășirea dependențelor lor, *interviurile motivaționale* se bazează pe ideea că oamenii sunt mai predispuși să își urmeze în continuare obiectivele dacă sunt motivați intrinsec și în același timp simt că au puterea să reușească. Consilierii încep prin adresarea unor întrebări cu răspuns deschis care să îi încurajeze pe clienții lor să se gândească dacă vor să își schimbe comportamentele care i-au făcut să devină dependenți. Ceea ce face ca abordarea să fie radicală este că li se dă clienților libertatea de a hotărî că nu vor să își schimbe în niciun fel comportamentul.

Carrie Wilkens, cofondatoare și directoarea pe probleme clinice a Centrului pentru motivație și schimbare din New York, a explicat procesul.[134] „Esența interviului motivațional este afișarea clară atât a costurilor, cât și a beneficiilor comportamentului dependent. Cu toții știm cât de îngrozitoare este dependența, dar are și beneficii, iar acest aspect tinde să fie cea mai semnificativă parte a întregului. Expunerea beneficiilor comportamentului este minunată, pentru că apoi poți să înțelegi nevoile de substrat pe care le satisface comportamentul."

De exemplu, dacă o fată de șaisprezece ani verifică de zeci de ori pe zi activitatea de pe contul ei de Instagram, ea ar putea spune că beneficiul este senzația de a fi în legătură cu prietenii ei. Ea pune poze de două sau trei ori pe zi și se simte obligată să verifice dacă postările ei atrag aprecieri. Atunci, secretul tratamentului pentru dependența ei este să ne asigurăm că se simte conectată prin alte mijloace și că se simte acceptată în

absența acelor aprecieri. O sesiune obișnuită cu fata ar putea să înceapă cu ceva numit *scala disponibilității*:

> Pe o scală de la 0 la 10, dacă 0 este a nu fi deloc pregătită să îți modifici comportamentul și 10 este cât de dornică poți să fii, unde te plasezi?

Prima întrebare din intervenția inițială confirmă răspunsul fetei la această întrebare. De ce este valoarea oferită atât de mare sau atât de mică? Acest lucru îi oferă ocazia să își exprime disponibilitatea de a se schimba. Dacă dă un răspuns cu valoare mică, ar putea spune că nu i se pare că ar fi nevoie să își modifice comportamentul; printr-un răspuns cu valoare mare ar putea să recunoască faptul că folosirea platformei Instagram o face nefericită. Din acel punct, clinicianul pune o serie de întrebări cu răspuns deschis:

> Care sunt pentru tine beneficiile folosirii rețelei Instagram?
> În ce fel ți-ar plăcea să stea altfel lucrurile?
> Cum îți afectează starea de bine folosirea Instagram?
> În ce privințe simți că te-ai putea descurca mai bine?

Consilierii care lucrează cu tehnica interviurilor motivaționale trec prin seminarii pregătitoare riguroase, dar abordarea generală are destule beneficii pentru părinți sau chiar pentru adulții care încearcă să își modifice propriul comportament. Este non-critic prin propria sa natură, așa că dependenții sunt mai puțin predispuși să fie defensivi. De exemplu, un scenariu sugerează următoarea introducere:

> Nu sunt aici ca să îți țin o predică sau pentru a-ți spune ce „ar trebui" să faci; de unde să știu, e viața ta, nu a mea! Eu cred că oamenii știu ce e cel mai bine pentru ei.

Nu am un plan ascuns, ci doar un scop: să văd dacă există vreun aspect referitor la cum ai grijă de sănătatea ta pe care ai vrea să îl schimbi și, dacă e cazul, să văd dacă te pot ajuta să faci asta. Ce părere ai?

În mod tradițional, consilierii foloseau această abordare pentru tratamentul consumului de substanțe periculoase, dar Wilkens spune că merge la fel de bine și în cazul comportamentelor. Cel puțin un studiu confirmă părerea ei. Funcționează pentru că îi motivează pe oameni să se schimbe și le oferă senzația că dețin controlul asupra procesului. Nu sunt lingușiți sau presați de altcineva ca să se schimbe; ei aleg de bunăvoie să se schimbe. Abordarea recunoaște și că oamenii diferiți sunt impulsionați să își depășească dependențele din motive diferite. Pentru unii, dependențele sunt bariere în calea productivității; pentru alții, un obstacol pentru sănătate; și pentru mulți, o barieră în drumul spre relații sociale satisfăcătoare. Interviurile motivaționale descoperă acel motiv și impulsionează imediat dependentul spre schimbare.

Eficiența tehnicii este explicată de una dintre teoriile dominante în cercetarea motivației: SDT*.[135] Explicația SDT spune că oamenii sunt în mod natural proactivi, mai ales atunci când un comportament activează una dintre cele trei nevoi umane de bază: nevoia de a ne simți stăpâni pe propria viață (autonomie); nevoia de a forma legături sociale puternice cu familia și prietenii (asemănare); și nevoia de a ne simți eficienți atunci când avem de-a face cu mediul extern – deprinderea de noi abilități și depășirea provocărilor (competență). Deși comportamentele care dau dependență sunt menite să aline disconfortul psihologic, ele tind să ne și priveze de una sau mai multe

* Self-Determination Theory, în limba engleză, în original (n.t.).

dintre aceste nevoi. Un interviu motivațional evidențiază această frustrare: dacă ești întrebat cum îți afectează starea de bine folosirea aplicației Instagram, vei vedea că îți compromite productivitatea, relațiile sau pe amândouă. Departe de a lăsa pe cineva lipsit de putere în fața propriei dependențe, acea persoană ajunge să se simtă și motivată, și capabilă să se schimbe în bine.

SDT a apărut în perioada extravagantă a mijlocului anilor 1980. Excesul Wall Street ajunsese la apogeu și companiile credeau că angajații reacționau cel mai bine la salarii mai mari și beneficii generoase. SDT a sugerat că aceste forme de plată – cunoscute ca recompense extrinseci – nu vor reuși să susțină motivația pe termen lung. Angajații aveau nevoie de recompense intrinseci: slujbe care să îi facă să se simtă eficienți și competenți, într-o companie pe care o respectă. Uneori, recompensele externe erau chiar contraproductive, pentru că îi privau pe angajați de motivații intrinseci autentice. Într-un experiment, unor studenți le făcea plăcere să găsească soluții la o serie de probleme – asta până când cercetătorii au început să îi plătească. Imediat ce au fost plătiți, studenții s-au hotărât că problemele nu erau până la urmă prea distractive. Când li s-a dat ocazia să continue să lucreze la probleme, aceștia au preferat în schimb alte activități. SDT demonstrează cât de important este să creăm tipul potrivit de mediu, indiferent dacă vrem să promovăm sau să descurajăm un comportament. Secretul este să înțelegem cum diferite elemente ale mediului – de exemplu, stimulente financiare și obstacole fizice – modelează motivația. Un mediu bine proiectat încurajează obiceiurile bune și comportamentul sănătos; un mediu toxic duce la excese și – la extreme – la dependențe comportamentale.

11 | Obiceiuri și arhitectură

În Statele Unite, politica și religia merg mână în mână. Statele conservatoare tind să fie religioase, iar cele liberale tind să fie laice.[136] Prima categorie include statele Mississippi, Alabama, Louisiana, Carolina de Sud și Arkansas. Toate cele cinci sunt în partea de sud și se încadrează în Culoarul Bibliei – epicentrul protestantismului evanghelic conservator social. În schimb, Massachusetts, Vermont, Connecticut, Oregon și New Hampshire sunt relativ liberale și laice. Aceste două grupuri de state diferă între ele din nenumărate puncte de vedere, iar printre cele mai evidente dimensiuni se numără atitudinea față de sex. Statele conservatoare, religioase, tind să sprijine valori tradiționale atunci când vine vorba despre sex și în același timp descurajează atitudinile deschise și hedoniste în raport cu sexualitatea, cele din urmă fiind acceptate într-o măsură cu mult mai mare în statele liberale, laice.

Una dintre consecințele dezaprobării publice a sexualității deschise este faptul că manifestările sexuale sunt ascunse. De exemplu, adolescenții sunt mult mai predispuși să întrețină raporturi sexuale neprotejate în statele conservatoare – chiar și dacă scoatem din ecuație diferențele la nivel de venituri, educație și acces la servicii specializate în avorturi. Represiunea religioasă nu se compară cu impulsul sexual – ba, din contra, pare să amplifice dorința. Acest fapt nu îi surprinde pe psihologi, aceștia fiind conștienți de zeci de ani că represiunea nu funcționează. Este aproape imposibil să depășești o dependență exclusiv prin propria voință. În 1939, Sigmund

Freud a fost primul care a susținut că cei care se poziționează împotriva unei idei sunt atrași de acea idee la nivel subconștient, iar doi dintre discipolii lui, Seymour Feshbach și Robert Singer, i-au dovedit că avea dreptate. La sfârșitul anilor 1950, Feshbach și Singer erau profesori la Universitatea din Pennsylvania.[137] Legislația referitoare la etică în context experimental era permisivă la momentul respectiv, așa că au conceput un experiment neplăcut, bazat pe șocuri electrice. Băieți studenți la psihologie se uitau, pe rând, la un scurt filmuleț în care un bărbat rezolva probleme de natură cognitivă și fizică. Un asistent monta câte un mic electrod pe gleznele studenților, menit să producă o serie de opt șocuri pe măsură ce urmăreau filmul. Asistentul le-a explicat că șocurile urmau să aibă intensități progresive și că era normal să se teamă. Unei jumătăți dintre studenți i s-a spus să își exprime fricile – „să fie conștienți de ceea ce simt și să-și recunoască sentimentele". Celorlalți li s-a spus să își reprime temerile – „să își ignore reacțiile emoționale și să nu se gândească la ele... să nu ia în calcul ceea ce simt..." La finalul materialului video, studenții au fost întrebați dacă bărbatului pe care îl văzuseră în filmuleț îi era frică. Așa cum estimase Freud cu 20 de ani mai devreme, studenții cărora li se ceruse să își reprime propriile temeri credeau că bărbatul se temea. Proiectau asupra lumii înconjurătoare tocmai emoțiile pe care li se ceruse să și le reprime. În schimb, cei care fuseseră încurajați să își exprime fricile au fost mult mai puțin predispuși să creadă că bărbatul din film se temea. Prin exprimarea propriilor temeri erau eliberați de grija fricii care îi măcina pe ceilalți.

S-ar putea să credeți că populația din statele libertine din nord-est și nord-vest alocă mai mult timp consumului de pornografie pe internet, dar, conform previziunii făcute de Freud cu mult timp în urmă, lucrurile stau exact invers. Oamenii din

statele conservatoare, tradiționaliști în raport cu sexualitatea, sunt mai predispuși să se aboneze la servicii de pornografie online. Iar doi psihologi canadieni susțin că cei din statele conservatoare, religioase, caută mai des termeni legați de pornografie pe internet. Atunci când au selectat informațiile de pe Google Trends pentru a analiza ce preferă să caute pe internet oamenii din fiecare stat american, Cara MacInnis și Gordon Hodson au descoperit corelații puternice între credințele religioase și căutările legate de pornografie, la fel și pentru conservatorism și căutările asociate pornografiei. Așa cum au spus-o chiar MacInnis și Hodson, „deși sunt caracterizați de o opoziție deschisă și clar exprimată față de libertatea sexuală, regiunile caracterizate de orientări politice de dreapta sunt mai puternic înclinate spre conținut sexual".

Această disonanță între comportamentul public și cel privat contrazice mitul conform căruia nu reușim să scăpăm de obiceiurile de care ajungem să fim dependenți pentru că ne lipsește voința. Adevărul este că indivizii care sunt obligați să demonstreze voință sunt cei care eșuează primii. Cei care evită de la bun început tentația tind să se descurce mult mai bine. Acesta este motivul pentru care veteranii dependenți de heroină din Vietnam s-au descurcat atât de bine când s-au întors în Statele Unite și au scăpat cu totul de contextul consumului de droguri și tot acesta este motivul pentru care este atât de important să ne construim propriul mediu în așa fel încât tentațiile să rămână cât mai departe. Conform lui Wendy Wood, psiholog la Universitatea din California de Sud specializată pe studiul obiceiurilor, „voința este... despre a te uita la acele fursecuri cu ciocolată delicioase și să le refuzi. Un obicei sănătos presupune să ajungi rareori în apropierea acelor fursecuri".[138] Combinația dintre abstinență și voință pur și simplu nu dă rezultate. În cadrul unui studiu, Xianchi Dai și Ayelet

Fishbach de la Universitatea din Chicago le-au cerut studenților din Hong Kong să se abțină trei zile de la a intra pe Facebook.[139] Cu fiecare zi care trecea le lipsea rețeaua socială din ce în ce mai acut, ceea ce însemna că le plăcea mai mult și au spus că își doreau să o folosească mai des. (Studenții care au accesat alte rețele sociale ca substitut au fost imuni la acest efect – dar asta numai pentru că găsiseră o altă modalitate de a-și satisface aceeași nevoie de socializare în rețea.)

Pentru a înțelege de ce abstinența nu dă rezultate, încercați acest exercițiu simplu: pentru următoarele 30 de secunde faceți tot posibilul să evitați să vă gândiți la înghețata de ciocolată. De fiecare dată când ochiul minții face să apară desertul interzis, mișcați arătătorul. Dacă sunteți ca mine – și practic la fel ca toată lumea –, veți mișca degetul cel puțin o dată sau de două ori. Problema este integrată în sarcină: cum poți să știi dacă te gândești la înghețata cu ciocolată fără să îți tot compari gândurile pe care le ai cu singurul gând care nu îți este permis? Trebuie să te gândești la înghețata de ciocolată ca să afli dacă nu cumva tocmai te gândisei la înghețata de ciocolată cu o secundă mai devreme. Acum înlocuiți înghețata cu verificarea e-mailurilor, cumpărături, Facebook, un joc video sau orice viciu încercați să reprimați și veți vedea problema.

Psihologul Dan Wegner a fost cel care a descris prima dată această problemă, la sfârșitul anilor 1980.[140] Wegner a văzut că problema avea legătură cu faptul că suprimarea este vagă. Știi ce să eviți, dar în schimb nu știi ce să faci cu mintea. Când Wegner le-a cerut oamenilor să sune dintr-un clopoțel de fiecare dată când se gândeau la un urs alb interzis, clopoțeii acestora au sunat constant. Dar atunci când le-a spus că s-ar putea să îi ajute dacă se gândesc în schimb la un Volkswagen roșu, clopoțeii au sunat de două ori mai rar. Doar suprimarea nu dă rezultate – dar suprimarea cuplată cu distragere funcționează

destul de bine. Ba, mai mult, când li se dădea permisiunea să se gândească ulterior la un urs alb, cei care s-au zbătut să își suprime gândurile mai devreme erau obsedați de imaginea ursului alb. Nu se puteau gândi la altceva. În schimb, cei cărora li se oferise varianta mașinii roșii pentru distragere s-au gândit la urs ocazional – dar se gândeau și la multe alte lucruri. Suprimarea nu doar că nu are succes pe termen scurt; așa cum s-a așteptat Freud, pe termen lung chiar se întoarce împotriva noastră.

Atunci, secretul pentru a învinge obiceiurile care dau dependență este să le înlocuim cu altceva.[141] Aceasta este logica din spatele gumei cu nicotină, o punte de legătură între fumat și renunțarea la fumat. Unul dintre lucrurile de care li se face dor fumătorilor este senzația liniștitoare de a ține țigara în echilibru între buze – un semnal care indică iminența infuziei de nicotină. Acea senzație continuă să îi liniștească pe fumători pentru o perioadă și după ce se lasă, motiv pentru care puteți recunoaște un proaspăt nefumător după colecția de pixuri roase la capăt. Guma cu nicotină este un intermediar eficient și pentru că oferă doze din ce în ce mai mici de nicotină, dar și pentru că este o formă de distragere orală.

Distragerea merge la fel de bine dacă încercați să depășiți o dependență comportamentală – fie și numai pentru că nu vă luptați cu sevrajul după substanțe. Luați drept exemplu rosul unghiilor. Milioane de oameni își rod unghiile și mulți încearcă o varietate de remedii care pur și simplu nu țin. Unii își dau unghiile cu un lac cu gust îngrozitor și alții jură că vor învinge obiceiul doar cu puterea voinței. Problema cu ambele abordări este că nu oferă un comportament substitutiv. Pe termen scurt s-ar putea să evitați să vă roadeți unghiile, pentru că au un gust

oribil, dar de fapt nu încercați decât să vă forțați să suprimați impulsul de a vă roade unghiile. Știm că suprimarea nu dă rezultate, așa că imediat ce încetați să vă mai dați cu acel lac vă veți roade unghiile la fel de mult, dacă nu chiar mai mult ca înainte să încercați să renunțați la obicei. Impulsul este atât de puternic încât unele persoane continuă să își roadă unghiile și când au unghiile făcute cu acel lac, formându-și astfel o bizară asociere pozitivă între gustul înfiorător și senzația de ușurare dată de satisfacerea nevoii.

Pe de altă parte, distragerea dă rezultate. Unele persoane țin la îndemână o mingiuță antistres, un lanț la chei sau un mic puzzle, în așa fel încât mâinile lor să aibă altă preocupare de fiecare dată când simt nevoia să-și roadă unghiile. În cartea lui, *The Power of Habit**, autorul Charles Duhigg s-a referit la această formă de schimbare a obiceiurilor ca fiind Regula de aur. Conform Regulii de aur, obiceiurile au trei părți: un *semnal* (orice duce la apariția comportamentului), o *rutină* (comportamentul propriu-zis) și o *recompensă* (răsplata care ne educă mintea să repete obiceiul în viitor). Cea mai bună metodă pentru a combate un năravsau o dependență este menținerea consecventă a semnalului și a recompensei, în paralel cu modificarea rutinei – prin înlocuirea comportamentului original cu ceva care să distragă. Pentru cei care își rod unghiile semnalul s-ar putea să fie agitația pe care o resimt exact înainte să se apuce de ros – o căutare subtilă a marginilor care agață și care pot fi netezite prin ros. În loc să înceapă să-și roadă unghiile în acel moment ar putea adopta o nouă rutină, ca, de exemplu, să înceapă să se joace cu o minge antistres. Iar la final, din moment ce recompensa e posibil să fi fost senzația

* Carte apărută și în limba română cu titlul *Puterea obișnuinței*, traducere din engleză de Dan Crăciun, Editura Publica, 2016 (n.t.).

deplinătății care vine din eliminarea vârfurilor de unghie care agățau, individul în cauză ar putea să facă o serie de zece strângeri ale mingii. Astfel, semnalul și recompensa rămân, dar rutina se modifică de la rosul unghiilor la strângerea mingii antistres de zece ori.

O agenție inovatoare numită The Company of Others pare să înțeleagă valoarea înlocuirii rutinelor dăunătoare cu unele bune.[142] Agenția explică pe site-ul propriu că „noi trăim și gândim înaintea modei", iar una dintre mode este amplificarea valului dependenței de telefoane mobile. În 2014, The Company of Others a lansat un produs numit Realism. Promovat ca fiind „dispozitivul inteligent pentru binele omenirii", Realism a fost conceput pentru a trata dependența de smartphone. Dispozitivul simplu este un cadru atractiv din plastic care arată ca un smartphone fără ecran. La un anumit nivel, este o formă ironică de critică față de felul în care telefoanele ne scot din prezentul „aici și acum". În loc să te uiți la un ecran ai putea să te uiți la ce se află de fapt în fața ta, printr-o ramă de mărimea unui ecran. Și exact așa reacționează mulți oameni la primul contact cu dispozitivul. Într-un videoclip de pe site-ul produsului un bărbat spune că: „Dispozitivele inteligente chiar intervin în relațiile mele cu soția, copiii și prietenii". O femeie spune: „Nu trebuie să postăm pe Instagram poze cu deserturile noastre. Nimănui nu-i pasă de prăjitura noastră cu brânză".

Totuși, la un nivel mai profund, Realism este pentru dependenții de telefoane mobile ceea ce este guma cu nicotină pentru fumători și ce sunt mingile antistres pentru cei care-și rod unghiile. Este un substitut potrivit pentru un smartphone autentic și oferă multe dintre semnalele fizice de feedback specifice acțiunii de a ține în mână și de a folosi un smartphone. Ceea ce face ca Realism să fie tentant este faptul că

respectă Regula de aur: pornirea care te face să îți scoți telefonul te obligă să scoți în schimb rama de plastic, lucru care îți oferă multe dintre reacțiile fizice de recompensă cunoscute, din moment ce arată și se simte la fel cu utilizarea smartphone-ului. Pornirea și recompensa rămân intacte, dar rutina de a te pierde în lumea telefonului este înlocuită de o alternativă mai bună.

Deși Regula de aur este un reper util, dependențe diferite presupun rutine diferite care trebuie înlocuite. Ceea ce dă rezultate pentru cei care nu se pot abține să nu își verifice e-mailurile în timpul prânzului s-ar putea să nu meargă pentru dependenții de WoW. Secretul este descoperirea elementului care a făcut ca dependența să producă satisfacție de la bun început.[143] Uneori, același comportament dependent poate fi susținut de nevoi foarte diferite. Atunci când și-a analizat dependența de WoW, Isaac Vaisberg a văzut că interacțiunile cu alți jucători îi alinau singurătatea. Așa că Vaisberg și-a învins pe termen lung dependența prin cultivarea unei vieți sociale foarte active și prin angajarea într-un loc nou care să îi faciliteze numeroase relații profunde. Vaisberg fusese un atlet impresionant, așa că nu a fost atras în mod deosebit de partea cu „zdrobește-ți inamicii" din WoW.

Alți jucători de WoW, mai ales cei din medii mai sărace sau din clasa muncitoare, sunt atrași de elementul de fantezie care le permite să „călătorească" în locuri noi pe care altfel s-ar putea să nu le vadă niciodată. Iar alții sunt agresați la școală, așa că dependența satisface pentru ei nevoia de răzbunare sau de dominare fizică. (Multe dintre aceste motivații nu sunt sănătoase din punct de vedere psihologic; ar fi utilă și colaborarea cu un terapeut pentru a identifica tocmai cauzele lor fundamentale.) Fiecare motiv de bază presupune o soluție diferită. Odată ce înțelegi de ce fiecare dependent se joacă ore la rând,

poți sugera o nouă rutină care să le satisfacă motivațiile ascunse. Jucătorului agresat s-ar putea să-i prindă bine lecții de arte marțiale; călătorului frustrat s-ar putea să-i fie de folos să citească niște cărți exotice și să se uite la documentare; iar jucătorul singuratic ar avea de câștigat din cultivarea unor noi legături sociale. Chiar dacă nu se ajunge ușor la soluție, primul pas este înțelegerea motivului pentru care dependența a oferit o satisfacție de la bun început, respectiv care este nevoia psihologică refuzată în tot acest timp.

Dezvoltarea unui nou obicei este dificilă. Știm asta datorită acelorași oameni care par să-și propună mereu aceleași lucruri în fiecare ianuarie. Conform unui studiu, aproximativ jumătate dintre americani își propun în noaptea Anului Nou obiective pentru următorul an – cei mai mulți dintre ei vor să slăbească, să facă mai multă mișcare sau să renunțe la fumat. Trei sferturi dintre aceștia se țin de treabă pe parcursul lunii ianuarie, dar până în luna iunie aproximativ jumătate se dau bătuți.[144] Până în decembrie, cei mai mulți ajung să-și propună aceleași lucruri ca în anul anterior.

Una dintre marile provocări este faptul că un obicei nu devine rutină mai devreme de câteva săptămâni sau chiar luni. În timpul acelei perioade fragile de la început trebuie să fiți vigilenți și să protejați orice rezultat veți fi reușit să obțineți. Ceea ce este înșelător, pentru că formarea obiceiurilor durează mai mult pentru unii decât pentru alții. Nu există un număr magic. Cu câțiva ani în urmă, patru psihologi englezi au monitorizat formarea obiceiurilor în lumea reală. Aceștia le-au cerut unor studenți să se concentreze asupra unui nou obicei timp de 12 săptămâni, primind în schimb 30 de lire. La prima întâlnire, fiecare student își alesese un nou comportament

sănătos legat de alimentație, hidratare sau mișcare, comportament care să se manifeste după o rutină zilnică. De exemplu, unii au ales să mănânce un măr la masa de prânz, alții să alerge cincisprezece minute cu o oră înainte de cină. Studenții au exersat noul obicei în fiecare zi, de-a lungul a 84 de zile, și au notat în fiecare zi dacă și în ce măsură au finalizat acțiunea în mod automat.

În medie, studenții și-au format obiceiurile după 66 de zile. Dar acea medie ascunde cât de mult a variat numărul. Un student a avut nevoie de numai 18 zile pentru a-și consolida obiceiul, iar despre un altul cercetătorii au calculat că ar avea nevoie de 254 de zile. Puține dintre obiceiuri erau foarte solicitante și nu fuseseră menite să elimine năravuri existente, așa că aceste cifre sunt mai mici decât ar putea să fie în cazul dependenților care încearcă să scape de niște dependențe cronice. Chiar dacă 66 de zile reprezintă o estimare rezonabilă, asta tot presupune o perioadă lungă în care trebuie menținut un nou obicei în locul unui comportament înrădăcinat și care oferă satisfacții profunde.

Există o pârghie psihologică subtilă care pare să faciliteze formarea obiceiurilor: limbajul pe care îl folosim pentru a ne descrie comportamentul. Să presupunem că încercați să evitați să mai folosiți rețeaua Facebook. De fiecare dată când sunteți tentați, puteți să vă spuneți fie „Eu nu am voie să folosesc Facebook", fie „Eu nu folosesc Facebook". Sună cam la fel și diferența s-ar putea să pară minoră, dar nu este. „Eu nu am voie" ia controlul din mâinile voastre și îl atribuie unui agent extern oarecare. Vă ia din putere. Sunteți copilul într-o relație invizibilă, constrâns să faceți ceva ce ați vrea să faceți și, asemenea copiilor, mulți oameni sunt atrași de orice nu li se permite să facă. În schimb, „eu nu" este o declarație de putere care spune că acela este un lucru pe care voi nu îl faceți.

Puterea deciziei vă aparține și transmite că sunteți un anumit tip de om – genul de persoană care nu folosește Facebook din principiu.

Știm că așa ceva dă rezultate datorită unor cercetători specializați pe comportamentul de consum, Vanessa Patrick și Henrik Hagtvedt, care au făcut un experiment folosind această tehnică.[145] Ei au cerut unui grup de femei să se gândească la un scop important legat de starea lor de sănătate pe termen lung, cum ar fi să facă mișcare de trei ori pe săptămână sau să mănânce mai sănătos. Cercetătorii le-au explicat că se vor confrunta cu provocări în timpul misiunii de a trăi mai sănătos și că ar trebui să gestioneze tentațiile prin dialoguri cu sinele. De exemplu, gândindu-se la eventualitatea în care ar trebui să facă gimnastică după o zi grea la serviciu, unui grup i s-a cerut să spună „Eu nu am voie să sar peste exercițiile mele", iar celuilalt grup i s-a cerut să spună „Eu nu sar peste exercițiile mele". După 10 zile, femeile s-au întors în laborator pentru a-și prezenta progresele. Doar 10% dintre femei s-au ținut de obiectivul lor în condițiile în care li s-a cerut să își spună „Eu nu am voie", în timp ce 80% și-au urmărit scopul atunci când și-au spus „Eu nu [sar peste]". Cuvintele folosite le-au dat mai degrabă putere în loc să le sugereze că erau la mila unei forțe externe mai presus de controlul lor. Acest studiu a monitorizat comportamentul pe o perioadă de numai 10 zile, așa că este dificil să tragem concluzii ferme. Cuvintele potrivite par să ajute, dar depășirea unei dependențe este cu siguranță ceva mai complicat decât a spune „eu nu" de fiecare dată când apare tentația de a recidiva.

Chiar și atunci când noi obiceiuri benefice reușesc să le elimine pe cele vechi nocive, tot există o posibilitate ca acestea să devină la fel de generatoare de dependențe. Așa i s-a întâmplat veteranului Robert Pemberton, care a încercat să își trateze

dependența de morfină de după Războiul Civil american cu cocaină. Pe termen lung scopul este să ne eliberăm cu totul de obiceiurile obsesive – nu să înlocuim un obicei cu altul. În ciuda tuturor beneficiilor distragerii, aceasta rămâne o soluție pe termen scurt și care nu reușește să elimine singură dependența decât în cazuri foarte rare. Piesa care lipsește din ansamblul tratamentului este reconfigurarea mediului propriu, în așa fel încât tentațiile să fie cât mai absente. Aceasta este ideea din spatele tehnicii *arhitecturii comportamentale*.[146]

Cât de departe sunteți acum de telefoanele voastre? Puteți să ajungeți la ele fără să vă mișcați picioarele? Iar atunci când dormiți puteți să ajungeți din pat la telefon? Dacă sunteți ca mulți alții, acum este prima dată când v-ați pus aceste întrebări, iar răspunsurile voastre la una dintre întrebări sau la amândouă va fi „da". Locul în care se află telefonul s-ar putea să nu vi se pară mare lucru – genul de aspect pe care nu v-ați sinchisi niciodată să îl luați în calcul în toiul vieților voastre ocupate – dar este un exemplu extraordinar al puterii arhitecturii comportamentale. Asemenea unui arhitect care proiectează o clădire, și voi proiectați conștient sau inconștient spațiile care vă înconjoară. Dacă telefonul se află în apropiere, atunci sunteți cu mult mai predispuși să apelați la el pe parcursul zilei. Mai rău, sunteți mai predispuși să vă întrerupeți și somnul, dacă vă țineți telefonul lângă pat. Nimeni nu știe asta mai bine decât Cosette Rae de la reSTART, cea despre care v-am spus mai devreme în această carte că preferă Myst, un joc greoi din anii 1990. „Eu îmi rătăcesc «intenționat» telefonul pe parcursul zilei", mi-a spus Rae când am fost în vizită la reSTART. „Trebuie să am un smartphone pentru chestiunile de serviciu, dar refuz să îl las cu sonorul pornit." Eu m-am

chinuit luni întregi să iau legătura cu Rae și până la urmă mi-a răspuns la telefonul fix din biroul ei de la reSTART. Și-a cerut scuze și mi-a spus că acela era felul ei de a-și gestiona dependența de telefon.

Arhitectura comportamentală admite faptul că nu putem evita complet tentațiile. Nu poți să nu mai folosești deloc telefonul, dar poți să îți propui să îl folosești mai rar. Nu poți evita să verifici e-mailul, dar viața înseamnă să faci mult mai multe lucruri, așa că nu e obligatoriu să îți actualizezi contul tot timpul. Există un anumit timp pentru muncă și tehnologie și un anumit timp pentru concedii și relații sociale. Multe dintre instrumentele care ne alimentează dependențele sunt profund invazive, așa că trebuie să fim vigilenți. Smartphone-urile sunt omniprezente; dacă dețineți dispozitive tip accesoriu, acestea vă rămân pe corp tot timpul cât sunteți treji (și uneori chiar și când dormiți). Munca vine cu voi acasă prin telefoane, tablete și laptopuri, iar cumpărăturile sunt mereu o variantă la îndemână. Este tentant să dormiți cu telefonul în apropiere „în caz de ceva", dar studii recente au arătat că inclusiv atunci când doar vă uitați la un ecran aprins cu puțin timp înainte de culcare, aceasta vă afectează grav capacitatea de a dormi profund. Aceste dispozitive sunt proiectate pentru a sta cu noi tot timpul – acesta este unul dintre avantajele esențiale promovate la ele – așa că este ușor să le permitem să treacă peste granițele stabilite pentru componentele cu tehnologie și cele fără tehnologie din viețile noastre.

Atunci, primul principiu al arhitecturii comportamentale este foarte simplu: orice aveți în apropiere va avea un impact mai mare asupra vieții cognitive decât ceea ce se află mai departe. Înconjurați-vă cu tentații și veți fi tentați; eliminați tentațiile din locurile la care aveți acces ușor și veți descoperi noi rezerve de voință. Proximitatea este atât de puternică încât

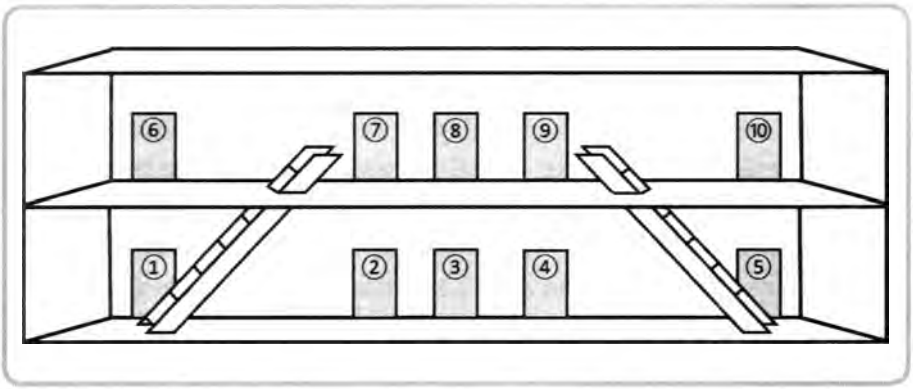
influențează chiar și natura prieteniilor, respectiv cu cine ajungeți să vă întâlniți întâmplător.

După încheierea celui de-al Doilea Război Mondial, universitățile se chinuiau să facă față numărului record de înscrieri.[147] La fel ca multe alte universități, Institutul de Tehnologie din Massachusetts a construit o serie de clădiri noi pentru soldații care se întorceau acasă și tinerele lor familii. Unul dintre aceste complexuri rezidențiale a fost botezat Westgate West. Clădirile au fost în același timp și laborator de cercetare pentru trei dintre cei mai mari specialiști în științe sociale din secolul XX și care au ajuns să schimbe felul în care ne gândim la arhitectura comportamentală.

La sfârșitul anilor 1940, psihologii Leon Festinger și Stanley Schachter și sociologul Kurt Back au început să se întrebe cum se formează prieteniile. De ce unii oameni ajung să aibă prietenii strânse, în timp ce alții abia reușesc să poarte discuții de complezență? Unii experți, inclusiv Sigmund Freud, au explicat că formarea prieteniilor avea legătură cu perioada copilăriei foarte mici, respectiv la momentele în care copiii asimilează valorile, credințele și atitudinile care urmau să îi apropie sau să îi separe mai târziu în viață. Dar Festinger, Schachter și Back au luat în calcul o altă ipoteză.

Cercetătorii credeau că spațiul fizic era cel care influența formarea prieteniilor; că „prieteniile e mai probabil să se dezvolte pe baza unor contacte scurte și trecătoare în timpul drumului de acasă și spre casă sau în timpul plimbărilor prin cartier". Din punctul lor de vedere, nu era vorba despre faptul că oamenii cu atitudini similare deveneau prieteni, ci mai degrabă că cei care treceau unii pe lângă alții în timpul zilei aveau tendința să devină prieteni și așa ajungeau, în timp, să aibă atitudini similare.

Festinger și colegii lui i-au abordat pe studenți la câteva luni după ce se mutaseră în Westgate West și i-au rugat să îi numească pe cei mai apropiați trei prieteni pe care îi aveau. Rezultatele au fost fascinante – și aveau foarte puțin de-a face cu valori, credințe și atitudini.



Dintre răspunsuri, 42% vizau vecinii direcți, așa că cel care locuia în apartamentul cu numărul 7 era foarte probabil să îi numească prieteni pe cei din apartamentele 6 și 8 – și mai puțin probabil să îi numească pe cei din apartamentele 9 și 10. Chiar mai frapant, norocoșii locatari din apartamentele 1 și 5 s-au dovedit a fi cei mai populari, nu pentru că se întâmpla să fie mai amabili sau mai interesanți, ci pentru că se întâmpla să locuiască la capătul scărilor pe care vecinii lor de mai sus trebuiau să le folosească pentru a putea ajunge la etajul al doilea. Desigur, unele dintre aceste interacțiuni accidentale nu au rezistat, dar, spre deosebire de locuitorii izolați din apartamentele 2, 3 și 4, cei din 1 și 5 aveau șanse mai mari să cunoască unul sau două suflete-pereche.

La fel cum tindem să ne împrietenim cu străinii din apropiere, suntem atrași de orice tentație se întâmplă să fie la îndemână. Multe remedii pentru dependența comportamentală presupun stabilirea unei distanțe, psihologice sau fizice, între utilizator și ceea ce declanșează comportamentul. Heldergroen, un birou de design olandez, și-a proiectat mobilierul de birou în așa fel încât să se ridice la tavan în mod automat în fiecare seară, la ora șase. Birourile, mesele și calculatoarele sunt legate cu fire puternice din oțel care le trag în sus printr-un sistem de pârghii puse în mișcare de un motor puternic. După ora șase, biroul se transformă în spațiu pentru yoga sau în ring de dans – sau orice altă activitate care se poate desfășura cu succes pe o podea liberă. Producătorul de mașini german Daimler are o politică similară pentru e-mailuri. Cei 100 000 de angajați ai companiei pot să își configureze contul de e-mail în așa fel încât să se șteargă automat e-mailurile când sunt în concediu. Un așa-numit asistent de *corespondență în vacanță* trimite automat un mesaj la expeditor pentru a-i explica faptul că e-mailul nu a fost primit și îi sugerează un alt angajat Daimler care poate răspunde, dacă mesajul este urgent. Angajații se întorc din concediu la o căsuță poștală electronică aflată în exact aceeași formă ca în momentul plecării, cu săptămâni în urmă.

În momentul în care îți configurezi e-mailurile să se șteargă automat sau să-ți dispară biroul, recunoști că ești o altă persoană atunci când ești tentat să îți verifici e-mailul sau să lucrezi până târziu. Poate că ești adult acum, dar această versiune viitoare a ta seamănă mai mult cu un copil. Cea mai bună modalitate de a prelua controlul de la versiunea ta copilăroasă din viitor este să iei măsuri câtă vreme ești încă adult – să creezi o lume care îl convinge, amăgește sau chiar obligă

pe sinele tău viitor să facă ceea ce trebuie. Un ceas cu alarmă numit SnūzNLūz* ilustrează superb această idee. SnūzNLūz este conectat wireless la contul tău bancar. De fiecare dată când apeși pe butonul de amânare al alarmei, acesta îți ia din cont în mod automat o sumă prestabilită și o donează unei opere de binefacere pe care o detești. Susții Partidul Democrat? Apasă pe amânare și vei face o donație de zece dolari către Partidul Republican. Dacă îl susții pe acesta, vei dona pentru cel democrat. Aceste donații sunt modalitatea prin care versiunea ta din prezent încearcă să țină sub control versiunea ta din viitor.

SnūzNLūz îți modelează comportamentul prin mici pedepse, promițându-ți durere dacă nu ești cuminte, în loc de plăcere, dacă faci ceea ce trebuie. Aceasta este o alegere înțeleaptă. Recompensele sunt mult mai distractive decât pedepsele, dar dacă scopul este să schimbi un obicei, atunci mici pedepse sau necazuri sunt adesea mai eficiente.[148] Aceasta este o idee veche, foarte răspândită în știința psihologică: suntem mult mai sensibili la pierdere și la evenimente negative decât suntem la câștiguri și evenimente pozitive. Pentru a înțelege mai bine cum funcționează asta, gândiți-vă că participați la un concurs televizat, iar gazda emisiunii vă oferă ocazia să jucați un joc. Prezentatorul aduce o monedă și vă spune că urmează să vă dea 10 000 de dolari, dacă moneda cade cu marca în sus, dar că va trebui să îi dați voi 10 000 de dolari lui, dacă iese banul. Ați intra în joc? Foarte puțini oameni acceptă provocarea, deși

* O formă simpatică de a scrie celebra expresie *[if you] snooze [you] lose*, care de regulă se referă la ratarea unor oportunități – un fel de „dacă dormi pe tine/dacă nu ești suficient de rapid, atunci ai de pierdut" –, dar în acest caz pare să se apropie de sensul propriu (dacă dormi pe tine, adică dacă apeși pe amânare („snooze") atunci când sună alarma, ai de pierdut (la propriu, bani din bancă) (n.t.).

jocul este echilibrat – cu mult mai echilibrat decât cele mai multe dintre jocurile din cazinouri care sunt aranjate în avantajul casei. Dar eventualitatea de a pierde 10 000 de dolari este cu mult mai intimidantă decât tentanta posibilitate de a câștiga 10 000 de dolari. Mintea se va concentra pe ideea de pierdere, respectiv pe durerea potențială provocată de pierdere cu mult mai mult decât pe bucuria potențială a câștigului. Pierderile sunt covârșitoare și vom face multe pentru a le evita. (Am întrebat sute de oameni dacă ar juca acest joc teoretic și doar 1-2% au spus că da. Pentru a ajunge la un procent de 50%, potențialul câștig trebuie să fie cam de două ori și jumătate mai mare decât potențiala pierdere.)

Maneesh Sethi este antreprenorul care a proiectat un produs numit Pavlok, produs care se folosește de puterea feedbackului negativ pentru a descuraja năravurile care se pot transforma în dependențe. „Există două feluri de oameni", mi-a spus Sethi. „Cei care generează o mulțime de idei și cei care pun în practică acele idei." Sethi se referă la el însuși ca fiind un om al ideilor. „Cu câțiva ani în urmă am angajat o fată care să mă plesnească peste față de fiecare dată când intram pe Facebook." A mers bine, o vreme, dar Sethi a lucrat la o soluție permanentă, iar acea soluție este Pavlok, o mică brățară inteligentă care oferă feedback în momentul în care utilizatorul revine la năravul interzis. Această metodă este cunoscută sub numele de terapie aversivă: asocierea unei acțiuni pe care ați vrea să o schimbați cu o senzație neplăcută sau față de care aveți aversiune. La nivel subtil, Pavlok vibrează sau scoate sunete discrete în momentul în care faceți ceva ce ați promis să nu faceți, iar la celălalt capăt al spectrului, cel invaziv, administrează un șoc electric de intensitate medie. Utilizatorii pot administra manual feedbackul negativ sau pot

asocia dispozitivul cu o aplicație care să administreze feedbackul în mod automat la semnale predefinite.

Sethi a fost generos și mi-a trimis un Pavlok după ce am terminat de vorbit (dispozitivul se vinde cu 500 de dolari). Am testat funcția de șoc imediat ce am deschis cutia. A fost surprinzător de puternic și am înțeles cum ar putea să descurajeze obiceiurile proaste o doză regulată de astfel de șocuri. Se spune că atunci când a testat dispozitivul, Richard Branson i-a dat lui Sethi un pumn în stomac, surprins fiind de intensitatea șocului. Printre alți utilizatori se numără și antreprenorul și scriitorul Tim Ferriss, actorul Ken Jeong, omul de afaceri Daymond John și congresmenul Joe Kennedy.

Pavlok pare să fie bine primit pentru început, dar este prea devreme pentru a spune dacă va reuși să atragă publicul larg. (Un psihiatru din orașul New York a început să folosească produsul, dar încă se află în stadiu experimental.) La fel cum prima generație care s-a născut cu iPad nu a ajuns încă la vârsta majoratului, nici remediile menite să tempereze dependențele comportamentale nu sunt încă mature. Toate aceste soluții propuse sunt, într-o anumită măsură, încă exploratorii, iar Sethi și echipa lui revizuiesc permanent Pavlok și aplicația aferentă. Totuși campania de finanțare de pe Indiegogo a fost un succes uriaș, adunând aproape 300 000 de dolari – de cinci ori mai mult decât suma pe care și-o dorea Sethi în momentul în care a lansat campania.

Succesul lui Pavlok se datorează parțial simplității acestuia, precum și testimonialelor expresive de pe site-ul produsului. Iată cum descrie Sethi produsul pe pagina sa:

Iată cum funcționează:

1. Descarci aplicația și selectezi obiceiul de care vrei să scapi.

2. Îți pui la mână Pavlok-ul și asculți instructajul din sesiunile de cinci minute. Aplicația va declanșa automat Pavlok-ul, tu trebuie doar să fii atent.

3. Folosește șocul lui Pavlok în momentul în care faci ceea ce ți-ai propus să nu faci. Pavlok poate fi declanșat de senzori și aplicații, printr-o telecomandă sau manual. Calea manuală este la fel de eficientă ca cea automată.

4. S-ar putea să ți se pară că ai scăpat de obicei în trei-patru zile. Continuă să practici prostul obicei (cu șoc) cel puțin încă cinci zile, forțându-te chiar să îl practici intenționat, dacă este necesar. Cu cât continui mai mult, cu atât te apropii mai mult de eliminarea permanentă a obiceiului.

Sethi spune că primele rezultate sunt promițătoare. Doar câteva procente dintre fumători reușesc să se lase brusc, dar Sethi anunță că 55% dintr-un eșantion de fumători obișnuiți se lasă de fumat după ce urmează procesul instructiv de cinci zile al lui Pavlok. Același lucru este valabil și pentru alte obiceiuri. În videoclipurile din aplicație, Nagina vorbește despre cum a reușit să nu-și mai roadă unghiile, David nu-și mai scrâșnește dinții și Tasha explică și ea cum a reușit să renunțe la zahăr. Scriind pentru Yahoo Tech, Becky Worley a explicat că șocurile lui Pavlok au descurajat-o să mai folosească Facebook, despre care credea că îl folosea mult prea des. Este prea devreme să ne dăm seama dacă Pavlok va avea pentru toată lumea rezultate la fel de bune ca pentru Becky, Nagina, David și Tasha, dar teoria științifică din spatele dispozitivului îl susține ferm. Chiar

și fără Pavlok, vă puteți proiecta mediul în așa fel încât să vă administrați mici pedepse imediat după manifestarea obiceiurilor proaste – pedepse ca sarcini pe care ați prefera să le evitați sau experiențe pe care le considerați neplăcute.

Unul dintre cele mai importante puncte forte ale lui Pavlok este faptul că face munca grea în locul vostru. Nu trebuie să vă amintiți să faceți ceea ce trebuie, pentru că dispozitivul vă va aminti printr-un șoc atunci când nu reușiți. Dar are și o slăbiciune. Puteți să renunțați la el oricând vreți să nu îl mai folosiți. Pedepsele sunt eficiente atunci când sunt neplăcute în mod autentic, dar unii oameni s-ar putea să renunțe să mai folosească un dispozitiv care le creează neplăcere. Secretul pentru acei indivizi este descoperirea unei metode care să nu fie aversivă.

În 2008 îmi terminam doctoratul la Universitatea Princeton, când Daniel Kahneman, câștigătorul Premiului Nobel, m-a invitat în biroul lui. Mi-a spus: „Te rog să-mi vorbești despre cercetarea ta". Eram entuziasmat. Kahneman și colegul lui Amos Tversky fuseseră pionieri în domeniul raționamentului și al procesului de luare a deciziilor, iar acum, 40 de ani mai târziu, eu eram un tânăr cercetător în același domeniu. I-am spus lui Kahneman că îmi doream să inventez un ceas micuț cu alarmă care să se țină după fiecare dintre noi și să sune de fiecare dată când eram pe punctul de a lua o decizie importantă. El și Tversky petrecuseră decenii cu studiul lenii în luarea deciziilor, așa că a înțeles perfect unde voiam să ajung. „Deci acest ceas deșteptător le va spune oamenilor când să fie foarte atenți?". m-a întrebat. „Ai nevoie de echivalentul cognitiv al unui panou care afișează intermitent mesajul FII ATENT ACUM! în fața ochilor oamenilor, exact la momentul potrivit."

Încă nu am inventat ceasul deșteptător, dar o companie numită MOTI testează un dispozitiv (numit tot MOTI) care se

apropie de idee. Fondatoarea companiei, Kayla Matheus, a observat că oamenii au tendința să renunțe în timp la dispozitivele lor accesoriu. „Când te uiți la studiile despre dispozitivele accesoriu", a spus ea într-un interviu acordat celor de la FastCoExist, „se remarcă o pondere uriașă de abandon. Fluxul de date în sine nu este suficient. Suntem ființe umane – avem nevoie de mai mult." Matheus vorbea din experiență. Se accidentase la ligamentul încrucișat anterior și se chinuia să țină pasul cu recuperarea. Mulți oameni trec prin aceeași experiență cu dispozitivele care le monitorizează activitatea fizică, pe care le cumpără și apoi le abandonează rapid pe fundul unui sertar. Aceste dispozitive de monitorizare sunt pasive: tu trebuie să alegi să le folosești, altfel sunt inutile.

Matheus a creat MOTI pentru a consolida obiceiurile bune în același fel în care mesajul lui Kahneman cu FII ATENT ACUM! consolidează analiza atentă. Este un dispozitiv simplu, asemănător unui animal, care îți monitorizează comportamentul de-a lungul timpului. „În esență, va înțelege ce este normal pentru tine", spune Matheus. „Dacă începi să te abați de la drumul tău, atunci vei primi un semn care să-ți amintească asta. În loc să fie o notificare agresivă, și care poate fi eliminată dintr-o singură mișcare, MOTI s-ar putea să se întristeze sau să se enerveze." Există un mic buton în partea din față a dispozitivului pe care îl apeși în momentul în care faci ceea ce trebuie. Pentru unii asta înseamnă gimnastica de recuperare pentru un ligament accidentat; pentru alții va fi o tură de alergare pe zi sau închiderea telefoanelor și a laptopurilor și mersul la culcare înainte de ora zece seara. MOTI îți arată un curcubeu și cântă o serie de triluri atunci când faci ceea ce trebuie; când nu ai grijă de el o vreme emite o lumină roșie intermitentă și ciripește și bâzâie nemulțumit, pentru a-ți

aminti de el. Spre deosebire de aplicațiile pasive, MOTI iese în evidență. Nu poți să îl ignori – și primele teste sugerează că oamenii formează o legătură cu dispozitivul, așa că nu îl abandonează. Una dintre primele persoane care a testat dispozitivul lui Matheus se chinuia să bea suficient de multă apă. „Are tendința să rămână uitat la birou și uită să se hidrateze", spune Matheus. „Pentru că este un obiect fizic, devine dintr-odată un stimul integrat în mediu. De fiecare dată când scrie ceva la calculator, îl va zări pe MOTI, care e chiar acolo, și așa își va aminti." Cei care au testat MOTI par să aibă un simț al datoriei față de micul dispozitiv – de parcă l-ar dezamăgi atunci când greșesc.

De fapt, alegerea unor recompense și pedepse care să afecteze și o altă persoană de care vă pasă este o metodă foarte eficientă de formare a obiceiurilor potrivite. Aceasta este ideea din spatele unei tehnici de motivare numită „Nu-ți irosi banii". Pentru a începe, îți stabilești un obiectiv. Să zicem că ți-ai folosit telefonul aproximativ trei ore pe zi, iar pe parcursul următoarelor patru săptămâni ai vrea să scazi acel număr cu câte cincisprezece minute în fiecare săptămână. Până la finalul perioadei de patru săptămâni ai vrea să nu îți folosești telefonul mai mult de aproximativ două ore pe zi. În fiecare săptămână pui niște bani într-un plic – să zicem 50 de dolari. Suma ar trebui să fie mărișoară, dar nu într-atât de mare încât să te destabilizeze financiar dacă ar fi să o pierzi patru săptămâni la rând. Pui un timbru pe plic și treci la destinatar adresa unei organizații frivole sau a unei cauze pe care nu o sprijini. (Gândește-te la SnūzNLūz, unde republicanii trimiteau donații Partidului Democrat și invers.) Printre alte organizații, un manual sugerează următoarele opțiuni:

Asociația americană de Yo-Yo
12106 Fruitwood Drive
Riverview, FL 33569

Fan-clubul internațional al lui Fabio
Președintei Donamamie E. White
37844 Mosswood Drive
Fremont, CA 94536

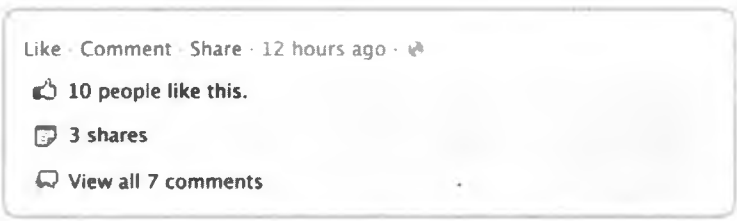
Dacă reușești să îți atingi scopul zilnic, rupi plicul și cheltuiești acei bani în mod interactiv cu o persoană: inviți la prânz un prieten, îi cumperi fiului o înghețată sau îi iei soțului/soției un cadou. Cheltuielile relaționale au două avantaje: vă fac responsabili, așa că, dacă nu reușiți să vă îndepliniți obiectivul, are și altcineva de suferit; și reprezintă o recompensă superioară, pentru că atunci când cheltuiți pentru alții sunteți mai fericiți decât atunci când cheltuiți pentru voi înșivă sau când vă plătiți facturile.

Arhitectura comportamentală admite faptul că tentația nu poate fi complet evitată. În locul abstinenței și al evitării, multe soluții au legătură cu instrumente menite să atenueze caracterul psihologic nemijlocit al experiențelor dependente. Programatorul Benjamin Grosser a conceput unul dintre aceste instrumente iscusite.[149] Grosser explică pe site-ul lui:

> Interfața Facebook este plină de numere. Aceste numere, sau statistici, măsoară și prezintă valoarea și activitatea noastră socială prin faptul că ne numără prietenii, aprecierile, comentariile etc. Facebook *Demetricator* este un add-on pentru browser care ascunde aceste statistici. Accentul nu mai cade pe cât de mulți prieteni aveți sau pe cât de mult vă apreciază postarea, ci pe cine sunt și ce au

spus. Contorul de prieteni dispare. „16 persoane apreciază asta" devine „oamenilor le place asta". Prin astfel de schimbări, Demetricator îi invită pe utilizatorii Facebook să încerce sistemul fără numere, pentru a vedea cum li se modifică experiența în absența lor. Prin acest demers îmi propun să distrug obligațiile sociale predefinite pe care le formează aceste statistici, încurajând o societate în rețea care să nu fie dependentă de cuantificare.

Demetricator face în așa fel încât să devină imposibil de verificat câți prieteni aveți sau cât de multe aprecieri și comentarii ați primit. Iată o captură de ecran care include statisticile obișnuite de pe Facebook:



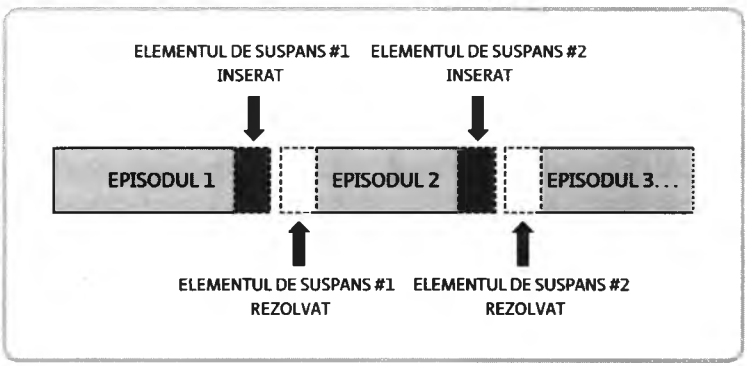
Totul este măsurat numeric și se actualizează pe măsură ce trece timpul. Întotdeauna există ceva de verificat, pentru că feedbackul se schimbă cu fiecare comentariu sau like nou. În schimb, așa arată același feedback filtrat prin Demetricatorul lui Grosser:

Afli că oamenilor le place postarea ta, că a fost distribuită și că există comentarii, dar nu poți pune accentul pe cifre, pentru că au dispărut. Demetricator face exact invers față de ceea ce fac dispozitivele FitBit și ceasurile Apple. Atunci când cumpărăm acele dispozitive alegem să adăugăm artificial noi statistici în viețile noastre pentru a măsura cât de departe ne plimbăm, cât de profund dormim, cât de repede ne bat inimile etc. Acestea sunt procese care nu au fost măsurate și monitorizate timp de milenii întregi.

Demetricatorul lui Grosser este relativ subtil. Mai degrabă atenuează semnalele de feedback care fac din Facebook un generator al dependenței decât vă împiedică să folosiți rețeaua cu totul. Dacă eliminarea statisticilor nu este un stimul suficient de puternic, programul WasteNoTime este o alternativă severă. WasteNoTime monitorizează cât timp petreceți pe site-uri pe care le adăugați într-o listă neagră. De exemplu, ați putea să adăugați la propria listă neagră site-uri ca Facebook, Twitter și YouTube. Puteți să vă împiedicați cu totul browserul să acceseze unele dintre aceste platforme, iar pentru altele puteți impune o limită de timp pentru utilizare. De exemplu, ați putea folosi o regulă de tipul: „De la nouă dimineața la cinci după-amiaza nu voi sta mai mult de jumătate de oră pe Facebook". Puteți impune limite stricte în timpul programului de lucru și înainte de culcare și limite permisive în timpul liber. În cazul unei urgențe, există metode pentru a trece peste WasteNoTime, dar să te descotorosești de program este îndeajuns de frustrant încât procedura să fie ca o descurajare serioasă.

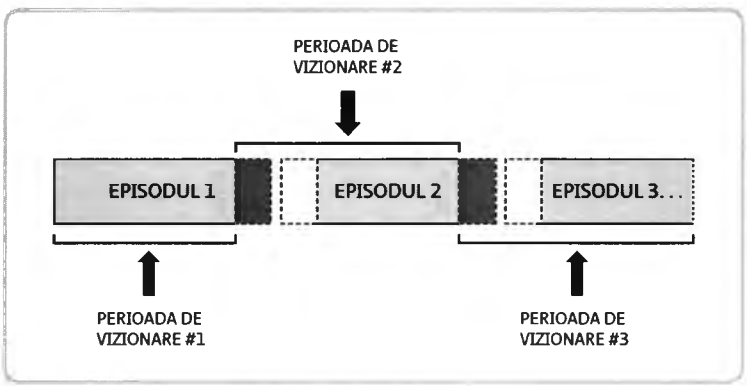
Arhitecții comportamentali inteligenți fac două lucruri: proiectează medii lipsite de tentații și înțeleg cum să facă mai

puțin atrăgătoare tentațiile inevitabile. Acest proces seamănă puțin cu dezmembrarea unui calculator: prin inginerie inversă aplicată experienței înveți ce le face să dea dependență de la bun început, deci și cum să le dezarmezi. Luați exemplul vizionării compulsive pe Netflix. S-ar putea să vreți să evitați să vă mai uitați la Netflix cu totul, așadar, cum combateți fluxul de suspans de la finalul episoadelor? Dacă înțelegeți structura vizionărilor exagerate, devine mai ușor să evitați să cădeți în capcana fenomenului.[150] Aceasta este structura elementară pentru două episoade dintr-un serial (și începutul unui al treilea):

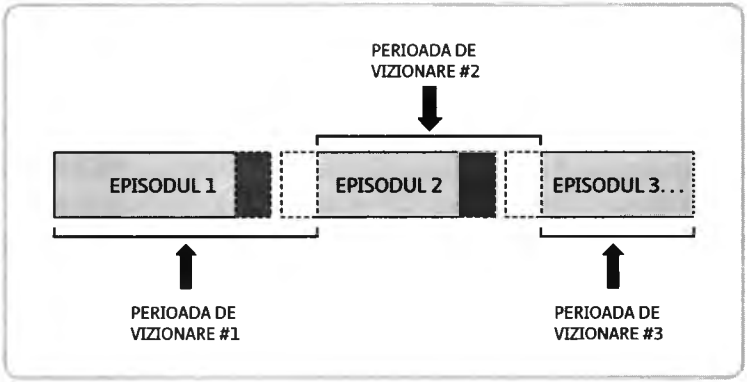


De obicei un episod durează 42 de minute (cu aproximativ 18 minute dedicate reclamelor). Ultimele câteva minute de la finalul primului episod sunt dedicate pregătirii și inserării primului element de suspans: cineva e împușcat și ne întrebăm dacă mai trăiește sau dacă criminalul este demascat, dar nu putem să vedem cine este. Apoi, primele câteva minute din al doilea episod sunt dedicate rezolvării acelui prim element de suspans, în așa fel încât spectatorul să poată merge mai departe spre miezul celui de-al doilea episod, așteptând – ați ghicit – cel de-al doilea element de suspans care apare în apropiere de

finalul celui de-al doilea episod. Pentru un spectator aceste elemente sunt ca un drog. Presupunând că vă place serialul, dacă urmați structura stabilită de scenariști, vă veți lupta să nu rămâneți captivi în procesul de vizionare compulsivă. Totuși ceea ce puteți face este să scurtcircuitați elementele de suspans, fie înainte să apară, fie după ce s-au rezolvat. Există două modalități prin care puteți să faceți asta. În loc să vă uitați la fiecare episod de 42 de minute de la început până la sfârșit, puteți să vă uitați la primele 37 de minute din fiecare episod și să vă opriți înainte de apariția elementului de suspans. (Dacă știți după ce să vă uitați, adesea veți vedea că se apropie elementul de suspans.)



Sau, dacă nu sunteți siguri că veți putea să vă opriți înainte de apariția elementului de suspans, puteți să vă uitați la începutul următorului episod și să vă opriți după rezolvare. Astfel veți urmări începând cu minutul al cincilea al fiecărui episod și până la al cincilea minut din următorul. Această abordare nu micșorează plăcerea din timpul vizionării – tot vă bucurați de suspans și de rezolvare –, dar limitează probabilitatea de a vă uita deodată la sezoane întregi.



Problema pe care o avem cei mai mulți dintre noi în majoritatea timpului este că aceste experiențe sunt atât de noi pentru noi, încât nu știm de unde să le apucăm. Dar odată ce înțelegem cum funcționează elementele de suspans – sau orice alt dispozitiv care dă dependență – putem să găsim metode ocolitoare. Uneori, cel mai bine e să vezi ce fac experții. Atunci când Bennett Foddy mi-a spus că el hotărâse să nu joace World of Warcraft, acesta luase o decizie dificilă și precaută. Un test clasic pentru a hotărî dacă să începeți sau nu un joc nou sau o nouă activitate este să vă întrebați dacă v-ați permite să pierdeți *astăzi* o anumită perioadă pentru acea experiență. Conform unui fenomen cunoscut ca eroare de planificare, chiar dacă nu avem timp astăzi, presupunem că vom avea mai mult în viitor. De aceea oamenii refuză multe solicitări care ar trebui să se întâmple în săptămâna următoare, dar acceptă solicitări similare care urmează să se întâmple peste câteva luni. Aceasta este o greșeală, pentru că nivelul de timp liber din ziua curentă este un reper excelent pentru cât de mult timp veți avea la dispoziție peste câteva luni. Dacă vă faceți griji că WoW s-ar putea să înghită prea mult timp astăzi și mâine,

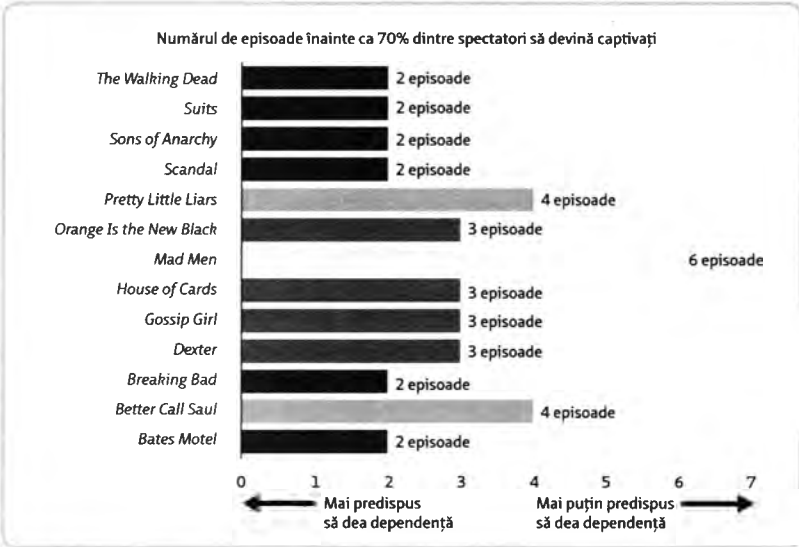
atunci ar trebui să aveți aceeași rezervă și față de cum ar putea să vă afecteze în două luni sau peste un an sau doi. Acesta este motivul pentru care Foddy a fost îndreptățit să evite WoW și pentru care a fost înțelept să spună „nu" unei experiențe care avea potențialul să dea dependență și să-i consume mult timp.

WoW are o mare problemă: vă dă peste cap agenda proprie. Trebuie să jucați atunci când joacă prietenii, așa că alte sarcini mai importante se pierd printre picături. În schimb, bogăția de dispozitive digitale care înregistrază și redau la cerere videoclipuri (dispozitive DVR) face ca vizionarea unui program TV să poată fi amânată până când nu mai aveți de făcut alte lucruri mai urgente. Dispozitivele DVR par a fi mană cerească, dar sunt de fapt instigatori puternici la dependență. Posturile TV au o istorie îndelungată în ceea ce privește rezervarea celor mai cunoscute și mai bune programe pentru multrâvnitele perioade cu maximă audiență și, chiar dacă oamenii își înregistrau emisiunile pe casete, procesul era mult mai complicat decât este astăzi cu înregistrările făcute cu dispozitive DVR și vizionările la cerere. Astăzi o serie de programe importante sunt difuzate între ora două și șase dimineața, interval în care se înregistrează cele mai mici audiențe. Din *Mad Men*, unul dintre cele mai bune seriale din ultimul deceniu, se difuzează în toiul nopții sezoane mai vechi pentru ca noii spectatori să ajungă din urmă sezonul curent. Rezultatul a fost că mii de oameni care altădată ar fi pierdut trenul pot să decidă acum dacă vor să investească în urmărirea serialului de la început. Mulți dintre aceștia sunt spectatori compulsivi clasici, care așteaptă că serialele să fie parcurse de primul val de spectatori înainte să decidă dacă să le urmărească și ei. În loc să rateze cu totul serialul – și să facă alte lucruri în acel timp – sunt momiți și forțați să vizioneze la foc automat, dacă vor să ajungă din urmă până la episoadele la zi. Aici soluția nu este să

jurăm să renunțăm la dispozitivele DVR, ci, poate, să le folosim mai rar și cu discernământ. Sau, dacă ar fi să folosim testul lui Bennett Foddy: dacă va dura prea mult acum, nu este înțelept să le înregistrez pentru o săptămână sau pentru o lună din viitorul apropiat.

De asemenea, e foarte ușor să îți spui că nu te vei uita decât la un episod sau două și, cu excepția cazului în care serialul chiar merită timpul, te vei abține să te uiți la episoadele rămase. Totuși Netflix a măsurat într-un studiu recent de cât timp este nevoie pentru ca spectatorii să devină absorbiți de fiecare serial. Netflix a calculat pentru fiecare serial de câte episoade a fost nevoie pentru ca 70% dintre spectatori să se uite în continuare până la finalul acelui sezon și încă și mai departe de atât.[151] Cele mai multe nu au dat dependență chiar după vizionarea episodului-pilot, dar unele au devenit obiectul dependenței marii majorități a spectatorilor până la episoadele 2, 3 sau 4 (vedeți figura de la pagina 312).

Astfel, rămâneți cu trei opțiuni: evitați cu totul să vă uitați la serial, începeți să vă uitați când vă permiteți să pierdeți câteva ore în favoarea unei sesiuni de vizionări compulsive sau – cel mai bine – vă folosiți de tehnica dezarmării elementelor de suspans pentru a elimina pericolul acestora de la finalul episoadelor. Dacă vă proiectați înțelept contextul, veți avea șanse mai mari să evitați dependențe comportamentale nocive.



Însă nu toate experiențele dependente sunt rele. Teoretic, aceleași ancore care susțin dependența pot fi canalizate și pentru a susține alimentația mai sănătoasă, activitatea fizică practicată în mod regulat, economisirea pentru perioada pensiei, donațiile caritabile și studiul dedicat. Uneori, problema nu este că suntem dependenți de categoriile greșite de comportamente, ci mai degrabă că le abandonăm pe cele bune. Arhitectura comportamentală nu este doar un instrument pentru a face mai puțin din ce e greșit; este și o unealtă pentru a face mai mult din ce e bine.

Aici intră în scenă *gamificarea**.

* În original, *gamification*, termen care a fost preluat ca atare în limba română și care înseamnă transformarea în joc (n.t.).

12 | Gamificarea

La sfârșitul lui 2009, agenția de publicitate suedeză DDB Stockholm s-a ocupat de o campanie online pentru Volkswagen. Volkswagen lansa un model nou de mașină, model mai prietenos cu mediul și care fusese proiectat în așa fel încât să facă șofatul mai distractiv, așa că DDB a botezat campania Teoria Distracției.[152] „Distracția poate să schimbe în bine comportamentul oamenilor", a explicat un director, așa că poate o doză de distracție i-ar convinge pe șoferi să încerce noua mașină. Pentru a stârni reacții, DDB a lansat o serie de experimente istețe prin tot orașul Stockholm. Fiecare dinte acestea transformă în joc un comportament care altfel era banal.

Primul experiment a avut loc în stația centrală de metrou din Stockholm – la Odenplan. Navetiștii aveau două opțiuni la ieșirea din stație: să urce un șir de 24 de trepte sau să stea pe niște scări rulante înguste. Înregistrările surprinse de camerele de supraveghere arătau că navetiștii erau în mod implicit leneși, îngrămădindu-se spre scările rulante aglomerate în loc să urce pe treptele goale. DDB a explicat că problema era că treptele nu erau distractive. Așadar, târziu, într-o seară, o echipă de muncitori a transformat treptele într-un pian electronic. Fiecare treaptă a devenit o clapă de pian care emitea un ton la volum înalt atunci când se exercita presiune asupra ei. Dimineață, navetiștii s-au apropiat de ieșirea din Odenplan la fel cum o făceau de obicei. La început, cei mai mulți au folosit scările rulante, dar s-a întâmplat ca vreo câțiva să urce pe scări,

compunând, fără să vrea, scurte melodii în timp ce ieșeau din stație. Alți navetiști au observat asta și în curând treptele au ajuns să fie mai populare decât scările rulante. Conform înregistrării, „cu 66% mai multe persoane decât în mod normal au ales treptele în locul scărilor rulante". Oamenii se adună atunci când transformi o experiență banală într-un joc.

DDB a lansat și alte experimente pe măsură ce campania începuse să facă vâlvă. Într-un parc foarte frecventat, un expert în electronică a creat „cel mai adânc coș de gunoi din lume" – un coș de gunoi modificat în așa fel încât să pară că are ecou, sugerând că ceea ce se aruncă în el a căzut foarte de sus înainte să se prăbușească departe. Alte coșuri din parc adunau cam 36 de kilograme de gunoi în fiecare zi; cel mai adânc a adunat de două ori mai mult. În altă parte a orașului, oamenii foloseau incorect containerele pentru reciclare selectivă, așa că DDB a transformat unul dintre containere într-un aparat de joc. Jocul îi recompensa pe cei care foloseau corect containerul prin afișarea unor lumini pulsatorii și acordarea de puncte care se înregistrau pe un panou mare și roșu. În medie, doar doi oameni foloseau în mod corect containerele în fiecare zi; însă după campanie mai mult de o sută de oameni au folosit containerul-joc în mod corect, în fiecare zi.

Campania a avut un succes nebun. Videoclipurile au atras, împreună, peste 30 de milioane de accesări pe YouTube și o mulțime de discuții în mediul online. În 2010, DDB a câștigat Cyber Grand Prix Lion la cel mai mare festival de publicitate din lume – o distincție remarcabilă acordată „celor mai bune campanii virale din lume". Mai presus de laudele industriei, campania a schimbat și felul în care oamenii se comportau. Pentru o scurtă perioadă locuitorii orașului Stockholm au fost, mai ecologiști și mai sănătoși.

Există două modalități prin care se pot aborda dependențele comportamentale: eliminarea lor sau redirecționarea lor. Eliminarea a fost subiectul primelor unsprezece capitole din *Irezistibil*, dar – exact așa cum a făcut DDB în Stockholm – este posibilă canalizarea spre bine a forțelor care susțin dependența de obiceiuri nocive. Acele chemări specific omenești care ne înrobesc în fața smartphone-urilor, a tabletelor și jocurilor ne pregătesc să facem și lucruri bune: să mâncăm mai sănătos, să facem mai multă mișcare, să lucrăm mai inteligent, să fim mai generoși sau să economisim mai mulți bani. Sigur, există o graniță difuză între dependențele comportamentale și obiceiurile benefice și este important să nu uităm de acea linie de demarcație. Același dispozitiv FitBit care alimentează dependența de activități fizice și tulburări nutriționale pentru unii pe alții îi motivează să se ridice de pe canapea timp de o oră și să facă gimnastică. Pârghiile dependente funcționează prin creșterea motivației, așadar, dacă motivația este deja la un nivel înalt, există o probabilitate semnificativă ca acele pârghii să vă compromită echilibrul. Dacă sunteți o persoană sedentară care detestă să facă mișcare, o doză de motivație nu poate decât să ajute.

Un studiu amplu al comportamentului uman dezvăluie că există destul loc pentru progres.[153] Având în vedere populația din țările dezvoltate ale lumii, 67% dintre oameni sunt supraponderali sau obezi, inclusiv 67% dintre americani, 66% dintre neozeelandezi, 65% dintre norvegieni și 61% dintre britanici, germani și australieni. Rata de absolvire este în declin în Statele Unite la fiecare nivel educațional, începând cu școlile primare și până la facultățile de patru ani. În consecință, Centrul național pentru politici publice și educație

superioară* se așteaptă ca veniturile individuale să scadă pe parcursul următorilor cincisprezece ani. Americanii economisesc doar 3% din venitul gospodăriei; danezii, spaniolii, finlandezii, japonezii și italienii economisesc și mai puțin. Un articol din prestigioasa publicație medicală *Lancet* a prezis că jumătate dintre copiii născuți după anul 2000 în țările dezvoltate ale lumii vor ajunge să trăiască mai mult de 100 de ani, ceea ce le va forța economiile pentru pensie cu zeci de ani. Între 2013 și 2015, locuitorii Statelor Unite au fost pe primul sau al doilea loc în clasamentul celor mai generoase țări din lume – dar chiar și așa americanii au făcut donații pentru cauze caritabile în valoare de mai puțin de 2% din veniturile lor.

Aproape oricine își dorește să își modifice măcar un comportament la sine. Pentru unii este vorba despre cheltuieli în exces și prea puține economii făcute; pentru alții este pierderea a 90% din timpul de lucru cu verificarea e-mailurilor; pentru alții, mâncatul excesiv sau activitatea fizică insuficientă. Calea evidentă spre schimbare este prin efort, dar voința este limitată. DDB a arătat că oamenii sunt mai predispuși să facă ce trebuie, dacă ceea ce trebuie se întâmplă să fie distractiv. Un programator pe nume John Breen a avut aceeași idee în 2007, perioadă în care fiul lui se chinuia să învețe vocabularul pentru testarea SAT.[154] Breen a conceput un program care îi arăta fiului său cuvinte aleatorii și îi cerea să aleagă cea mai bună definiție pentru fiecare, dintre patru opțiuni. Breen mai gestiona și activitatea de pe un site educativ care oferea informații despre nivelul de sărăcie din lume, așa că a hotărât să le combine pe cele două. Dacă site-ul aducea suficient de mult trafic, putea vinde spațiu de publicitate oricui oferea mai mult și urma să

* National Center for Public Policy and Higher Education, în limba engleză, în original (n.r.).

folosească banii din publicitate pentru a cumpăra orez pentru nevoiași. Așa s-a născut FreeRice.com.

Pentru fiecare răspuns corect Breen promitea să doneze 10 boabe de orez unei organizații caritabile. Site-ul a fost lansat pe 7 octombrie 2007, iar în prima zi a adunat 830 de boabe de orez. FreeRice a crescut atât de repede, încât după două luni Breen aduna câte 300 de milioane de boabe în fiecare zi. În 2009 a oferit platforma celor care se ocupau de Programul de alimentație globală al Națiunilor Unite, iar în 2014 site-ul a ajuns și la bobul cu numărul 100 de miliarde – suficient pentru a hrăni 5 milioane de adulți într-o zi.

Când elevii americani sunt constrânși să învețe mii de cuvinte pentru testele SAT, așa ceva pare să fie un chin; și totuși exact asta aleg să facă în timpul lor liber din fiecare zi mii de utilizatori ai site-ului FreeRice. Site-ul are succes pentru că Breen a reușit să transforme corvoada într-un joc. Are toate elementele: fiecare răspuns corect are zece puncte (sub forma boabelor de orez) și funcționează ca punctajul obținut la un joc. Poți monitoriza cât de multe răspunsuri corecte ai avut la rând, iar jocul îți comunică cel mai lung lanț neîntrerupt. În același timp, cuvintele devin mai dificile pe măsură ce parcurgi cele 60 de niveluri ale jocului – și scad în dificultate când greșești. Astfel, jocul este întotdeauna perfect calibrat între prea ușor și prea dificil. Breen a avut și inspirația să adauge elemente grafice, așa că puteți să vă monitorizați vizual progresul: un castron mic de lemn se umple cu orez până când ajungeți la o sută de boabe și apoi grămăjoara se răstoarnă lângă castron, rămânând lângă el în timp ce începe din nou să se umple. Când ajungeți la o mie de boabe, grămada de lângă vas se face și mai mare. Unii utilizatori formează grupuri care joacă împreună – grupurile și indivizii care obțin cele mai mari punctaje apar într-un clasament zilnic –, iar tu și membrii

grupului puteți să vă opriți și să începeți oricând vreți. FreeRice pare să fie o combinație între învățare și dăruire, dar în culise este susținut de motorul unui joc.

Ceea ce au făcut DDB pentru Volkswagen și Breen pentru FreeRice este cunoscut ca *gamification*: transformarea în joc a unei experiențe care nu are legătură cu jocurile.[155] Programatorul Nick Pelling este cel care a consacrat termenul în 2002. Pelling și-a dat seama că dinamica jocurilor ar putea să facă orice experiență mai interesantă, dar nu prea a reușit să dezvolte latura comercială a conceptului, așa că a stagnat până când Google și câțiva investitori cunoscuți au reanimat conceptul în 2010. Tema centrală a transformării în joc este că experiența în sine ar trebui să fie propria ei recompensă. Chiar dacă nu ești motivat să faci o donație în sprijinul unei organizații caritabile care se ocupă de probleme alimentare, sau să înveți cuvinte noi, ar trebui să îți dorești să îți petreci timpul jucând FreeRice. De-a lungul vremii, în ciuda preferințelor personale, vei descoperi că *într-adevăr* înveți și donezi și orez.

Cercetătorii acestui fenomen, Kevin Werbach și Dan Hunter, au analizat mai mult de 100 de exemple de gamificare și au identificat trei elemente comune: puncte, insignele și clasamente. PBL*, așa cum este cunoscută triada, s-a reunit prima dată într-un program de fidelizare a clienților unei companii aeriene. Cei de la United au fost primii care au lansat un program de fidelizare pentru clienți, în 1972, cu mult înainte de apariția conceptului de transformare în joc și curând și alte companii aeriene au lansat programe similare. Cu fiecare zbor

---

* Acronim pentru *points, badges and leaderboards* – adică „punctele, insignele și clasamentele" menționate în fraza anterioară (n.t.).

sau achiziție care se califică în program, călătorii câștigă *puncte* sub formă de mile; când adună suficient de multe puncte într-un singur an, aceștia câștigă *insigne* sub forma unor indicatori de statut – argint, aur, platină etc.; iar membrii cu statut înalt stau la alte cozi, urcă în avion primii și uneori au parte de tratament special în avion – recompense care funcționează în mod evident ca un panou de scor care afișează *vârful clasamentului*.

Gamificarea este un instrument puternic în afaceri și, dacă este bine orientată, alimentează și comportamente mai fericite, mai sănătoase și mai înțelepte. Acea filozofie i-a impulsionat și pe Richard Talens și Brian Wang, care s-au cunoscut în 2004, pe când erau boboci la Universitatea din Pennsylvania. Talens și Wang aveau două lucruri în comun: amândoi iubeau jocurile video și amândoi erau fanatici ai fitnessului. „Ne-am cam recunoscut unul pe celălalt, pentru că ne-am zărit reciproc mâncând ton cu broccoli la cantină", își amintea Talens într-un interviu. „Avem o perspectivă foarte asemănătoare în ceea ce privește fitnessul, pentru că niciunul dintre noi nu fusese în formă. Amândoi am crescut jucând jocuri video și amândoi am văzut fitnessul ca pe un joc." Talens și Wang au devenit culturiști amatori, iar în 2011 au lansat Fitocracy – un site dedicat fitnessului transformat în joc. Până în 2013 Fitocracy ajunsese la un milion de utilizatori; până în 2015, la două milioane.

Fitocracy își recompensează utilizatorii cu puncte după fiecare antrenament – mai multe puncte pentru antrenamente mai dificile – și cu insigne în momentul în care acele antrenamente ajung la anumite praguri. De exemplu, dacă termini un traseu de alergare de zece mii, vei primi insigna de cinci mii, insigna de zece mii și 1 313 puncte. Dacă ai să mergi la sală, ai să vezi două feluri de oameni: cei care preferă să se antreneze

singuri; și cei care transformă fitnessul într-un eveniment social. Fitocracy atrage ambele categorii, pentru că îți oferă și oportunitatea de a interacționa cu alți utilizatori. Poți să îi provoci la dueluri și să discutați despre ultimele antrenamente – sau poți să te raportezi la site ca la un jurnal privat al activității proprii și să te provoci pe tine însuți să alergi mai mult și să ridici greutăți mai mari, fără să trebuiască să îți împărtășești progresul cu nimeni altcineva. Varietatea este și ea un element esențial în procesul de transformare a activităților în jocuri, iar Fitocracy vă oferă diversitate prin faptul că vă permite să începeți misiuni și provocări bazate pe exercițiile preferate. Wang și Talens au adunat zeci de povești de la oameni care au slăbit 45 de kilograme cu ajutorul site-ului – cei mai mulți dintre ei având de ani de-a rândul mari dificultăți cu menținerea unei rutine de activitate fizică.

Mulți adulți cedează în fața tentației, așa că vă puteți închipui cât se zbat copiii să facă ceea ce trebuie. Adulții iau decizii înțelepte măcar uneori, pentru că reușesc să privească în viitorul îndepărtat. Pe de altă parte, copiii iau decizii care le convin în prezentul imediat. Când vine vorba despre copii, nu există perspectivă pe termen lung, așa că o prăjitură cu ciocolată înseamnă doar tentație și zero consecințe negative. Însă copiii iubesc jocurile la fel de mult ca adulții, așa că transformarea în joc îi înzestrează pe copii cu o doză de autocontrol. Luați ca exemplu igiena orală. Copiii au lucruri mai bune de făcut decât să se spele pe dinți, mai ales înainte de culcare. Aici a intervenit Philips Sonicare, care a lansat în august 2015 o periuță de dinți ca un joc. Periuța de dinți este concepută să îi încurajeze pe copii să își perieze dantura timp de două minute întregi. Are un mic ecran pe care apare un personaj numit Sparkly. Copiii primesc puncte pentru periaj la nivelul fiecărui cadran al danturii, iar acele puncte îl hrănesc pe Sparkly.

Sparkly s-a dovedit a fi atât de iubit, încât copiii nu se mai săturau de periajul dentar. Un veteran al companiei a spus într-un interviu: „Pentru că cei mici iubesc jocul și interacționau atât de mult cu aplicația, aceștia nu se mai duceau imediat la culcare". Aplicația a trebuit modificată în așa fel încât Sparkly să cadă epuizat după ce se termina sesiunea de spălare a dinților.

Așa cum mi-a spus Frank Lantz, directorul Centrului pentru jocuri de la Universitatea New York, e dificil să dezvolți jocuri. Pentru fiecare joc care seduce masele, alte mii ajung să nu fie jucate. Philips a avut problema inversă, ajustând intenționat aplicația Sparkly, pentru a face ca jocul să dea *mai puțină* dependență. Aceste ajustări sunt pași obișnuiți pentru platformele de transformare în jocuri, pentru că este dificil de prezis care elemente vor influența comportamentul. În 2009, Adam Bosworth, fostul șef al Google Health, a lansat o aplicație centrată pe sănătate numită Keas. La început, Keas se baza mult pe cifre și puțin pe joc. Bosworth proiectase aplicația în așa fel încât să ofere munți de feedback, personalizat pentru fiecare utilizator. Utilizatorii completau chestionare și introduceau date referitoare la mese și antrenamente, iar Keas le explica felul în care alegerile pe care le făceau modelau consecințe importante la nivelul stării de sănătate. Bosworth se gândea că utilizatorii vor face mai multă mișcare și vor mânca mai puțin dacă trebuiau să se confrunte cu efectele lăcomiei și ale lenei. Dar rapoartele seci pline de cifre nu au fost suficiente pentru a produce o schimbare comportamentală, așa că și Keas a schimbat direcția. Bosworth a lansat aplicația în mai multe corporații de anvergură, iar acolo i-a încurajat pe angajați să formeze echipe concurente. Comportamentul pozitiv le aducea puncte jucătorilor, iar noua versiune a aplicației includea niveluri de joc și strategii. Bosworth a vrut să fie sigur că aplicația avea destule teste, așa

că echipa lui a creat mult mai multe decât se așteptau să ducă la bun sfârșit utilizatorii în timpul programului standard de douăsprezece zile al aplicației. I-a subestimat: mulți utilizatori au devorat întregul set în mai puțin de o săptămână.

Keas a dat rezultate și pentru că este simplă. Se bazează masiv pe un chestionar cu patru întrebări la care utilizatorii răspund la începutul și la finalul programului de douăsprezece zile. Întrebările sunt:

1. Ești fumător?
2. Mănânci mai mult de cinci porții de fructe și legume pe zi?
3. Ai o greutate sănătoasă (un indice de masă corporală mai mic de 25)?
4. Faci mișcare cu regularitate (mai mult de 45 de minute, de 5 ori pe săptămână)?

Pentru fiecare răspuns afirmativ utilizatorii câștigă un punct – așa că punctajele de zero sau unu indică un stil de viață nesănătos, în timp ce trei sau patru indică un comportament sănătos. Pfizer, cea mai mare companie de cercetare pe nișa farmaceutică, a investit în aplicație în urmă cu câțiva ani. Înainte să înceapă programul, 35% din forța de muncă a companiei obținuse zero puncte sau cel mult unul la chestionar – după încheierea programului procentul acestora scăzuse la 17%. În același timp, răspunsurile sănătoase (trei sau patru puncte) au crescut de la 40% la 68%.

Keas vrea să aibă o afacere profitabilă. Directorii unor companii ca Pfizer plătesc o taxă pentru a folosi programul, iar în schimb angajații lor devin mai sănătoși, mai productivi, mai puțin predispuși să lipsească de la muncă din cauza unor probleme de sănătate și să consume din bugetul companiei dedicat serviciilor de sănătate. Aplicații similare dau rezultate la

fel de bune și în contexte non-profit. O aplicație numită Health Lab îmbunătățește starea de sănătate a copiilor din comunități cu venituri mici, iar guvernul american a luat în calcul folosirea jocurilor pentru a susține comportamente sănătoase în rândul copiilor din întreaga țară.

În toamna lui 2009, o școală nouă își deschidea porțile în New York. Quest to Learn (Q2L) a primit în primul an 76 de elevi de clasa a șasea și apoi a adăugat câte o promoție la începutul fiecărui an. Q2L se născuse din efortul mai multor organizații care și-au pus mințile la contribuție pentru a crea un nou model de educație.[156] Cei implicați considerau că vechiul model era departe de a fi perfect. De secole întregi, școlile se luptau cu puști care erau distrași, nemotivați și adesea nefericiți la ore. Școlile păreau să fie neplăcute din construcție: o combinație de învățare mecanică și instruire prin forță brută. Distracția era secundară, asta dacă se gândea cineva la ea, așa că cei mai mulți copii vedeau școala ca pe o corvoadă.

Q2L este altfel. La fel ca DDB pentru campania demarată pentru Volkswagen, școala se baza pe distracție. Dacă puștilor le plăcea la școală, cu siguranță urmau să devină mai fericiți și mai implicați. Fondatorii școlii au decis că cea mai bună cale de a introduce în ecuație distracția era să transforme experiența de învățare prin joc. S-ar părea că învățarea e numai bună pentru a fi transformată în joc. Fiecare modul nou de informații poate fi structurat ca un joc care începe de la zero cunoștințe și se încheie la înțelegere deplină. Q2L folosește aceeași structură de tip joc pentru fiecare modul de învățare mai mare sau *misiune*: elevii duc la capăt o serie de *sarcini* mai mici pe parcursul misiunii (să zicem, zece

săptămâni) și apoi termină cu un *nivel final special* care îi face să pună în aplicare ceea ce au învățat într-un context nou. Conceptul de nivel final special, așa-numitul *boss level*, se bazează pe teoria clasică a jocurilor: jucătorii își antrenează aptitudinile prin victorii împotriva unor adversari mai accesibili înainte să înfrunte un *boss* formidabil. Acesta are rolul unui reper – un semnal că jucătorul și-a încheiat cu succes misiunea și că poate să meargă mai departe, la următoarea.

Într-una dintre misiuni, „Dr. Smallz", elevii de clasa a șasea sau a șaptea învață despre corpul uman. Dr. Smallz s-a micșorat pe sine pentru a salva un pacient în suferință, dar iată că acum suferă de amnezie. Misiunea durează treisprezece săptămâni, iar pe parcursul celor șapte sarcini elevilor li se stabilesc mai multe obiective: să îl ajute pe Dr. Smallz să își dea seama unde se află în corpul pacientului, să i se amintească ce face fiecare organ și sistem, să îl ajute să rezolve misterul medical din spatele bolii pacientului și, în baza a ceea ce au învățat despre anatomie, să îl ajute să găsească o modalitate prin care să iasă din corpul pacientului. Până la sfârșitul misiunii, elevii vor fi învățat aceleași date științifice pe care le predau alte școli, doar că pentru ei procesul este un joc. De exemplu, una dintre activități este să construiască o celulă din piese de puzzle. Pe măsură ce studiază informații despre fiecare structură din interiorul celulei, aceștia câștigă o piesă din puzzle și așa se apropie de finalizarea activității. Într-o alta învață despre sistemul imunitar printr-un joc numit Atacul virușilor. Jocul, conceput de Institutul de jocuri, le cere să omoare un virus prin formarea de leucocite, anticorpi și celule T*. Elevii câștigă recompense și își urmăresc progresul exact la fel cum ar putea să o facă dacă ar juca ceva în afara clasei.

* Limfocite (n.r.).

O unitate pentru clasa a șaptea îi învață pe elevi despre Revoluția americană. Misiunea lor este să medieze o neînțelegere între câteva fantome la muzeul de istorie. Fiecare fantomă reprezintă un personaj revoluționar diferit: un loialist, un patriot, un proprietar de teren, un comerciant și un sclav. Aceștia se contrazic pe tema întâmplărilor din timpul Revoluției, iar elevii trebuie să adune cât de multe informații pot pentru a le împiedica pe fantomele certărețe să distrugă întreaga colecție a muzeului. Elevii învață despre Revoluția americană, dar învață și că adevărul este complex; că părți diferite ar putea să privească diferit același eveniment și cum pot să rezolve acele conflicte.

Abordarea celor de la Q2L pare să dea rezultate. Echipa de matematică a școlii a obținut primul loc la Olimpiada de matematică a orașului New York în trei ani consecutivi, iar elevii de aici obțin la testările standardizate note cu aproximativ 50% mai mari decât școlile obișnuite din orașul New York. Conform unei statistici, elevii cresc din punct de vedere intelectual între clasa a opta și a zecea la fel de mult pe cât crește studentul obișnuit pe parcursul tuturor celor patru ani de facultate. Elevii și profesorii lor sunt, de asemenea, mai implicați: media prezenței în rândul elevilor este la un nivel impresionant de 94%, iar școala a reușit să păstreze 90% dintre profesori.

Educația transformată în joc pare a fi o abordare care să li se pară atrăgătoare mai mult copiilor, dar dă rezultate și în rândul tinerilor adulți. În 2011, Școala de media și jocuri interactive din cadrul Școlii de tehnologie Rochester a lansat un program botezat Just Press Play. Programul îi motivează pe studenți prin introducererea unor sarcini voluntare. Fiecare profesor introduce aceste sarcini, iar studenții au opțiunea de a se implica în rezolvarea lor sau de a le ignora. Multe dintre sarcini sunt concepute mai degrabă pentru toată lumea, în loc

să fie gândite pentru unul sau doi studenți. De exemplu, misiunea „Undying" promite să le dea tuturor studenților o recompensă, dacă 90% dintre boboci iau notă de trecere la cursul introductiv, acesta fiind celebru pentru gradul mare de dificultate. Istoric vorbind, procentul de promovare era mai mic de 90%, dar programul a fost atât de tentant, încât în timpul desfășurării cursului s-au prezentat în laboratorul cu calculatoare mai mulți studenți din anii mai mari pentru a-i ajuta pe boboci să se pregătească. Cei mai mari nu erau eligibili să beneficieze de potențiala recompensă, dar au fost atât de impresionați, încât au simțit nevoia să se implice. În acel an bobocii au promovat într-o proporție fără precedent, iar colegii lor mai mari s-au oferit să ajute și în următorul an. Aceasta este trăsătura definitorie a unui joc de succes: oamenii sunt motivați intrinsec, inclusiv atunci când nu pot primi recompense externe. Misiunea mea preferată este promovată de însuși profesorul Andy Phelps, unul dintre fondatorii programului. Misiunea lui Phelps se numește „O plimbare prin Mordor" și este botezată după o regiune întunecată și periculoasă din seria *Stăpânul inelelor* a lui J.R.R. Tolkien. „Găsiți biroul meu din adâncimile lui Mordor, în timp ce e deschisă Poarta Neagră", spune Phelps. „Luați carnetul. Simțiți-vă liberi să intrați în vorbă..." Studenții nici nu-și dau seama că învață atunci când se întâlnesc cu profesorul – în ceea ce îi privește, ei doar termină încă o misiune.

Începând cu sarcina lui Andy Phelps și până la misiunile Q2L, transformarea în joc este menită să crească productivitatea acolo unde oamenii ar prefera să fie leneși. Lenea este reacția implicită a oamenilor în multe contexte. Psihologii sociali Susan Fiske și Shelley Taylor îi descriu pe oameni ca fiind avari cognitivi, sugerând faptul că oamenii evită să gândească

la fel cum evită un zgârcit să cheltuie. Într-adevăr, oamenii preferă să gândească numai atât de mult cât este necesar pentru a ajunge la o concluzie acceptabilă și atât. Zgârcenia are sens din punct de vedere evoluționar, pentru că gândirea este costisitoare. Îl oprește pe animal din acțiune, ceea ce îl lasă vulnerabil în fața prădătorilor și mai puțin pregătit să profite de oportunități limitate. Acesta este motivul pentru care ne bazăm atât de mult pe scurtături cognitive, stereotipuri și reguli de bun-simț care să ne permită să înțelegem o lume complexă cât mai repede posibil.

Această lene explică de ce munca este deghizată într-un joc. Salariile (*puncte*) cresc odată cu experiența (*niveluri*), ceea ce duce la promovări și titluri noi (*insigne*). Diferența dintre cele mai multe locuri de muncă și jocurile autentice este că oamenii nu merg la serviciu pentru că sunt motivați intrinsec de joc; în schimb, jocul este modalitatea prin care angajatorul împarte recompensa extrinsecă a banilor, prestigiului și a laudelor. Așa cum a explicat Nick Pelling atunci când a consacrat termenul, ai să știi că ai în față așa-numita gamificare atunci când plăcerea de a juca jocul se transformă în recompensă. În anumite contexte, transformarea în joc poate fi periculoasă. Dependenții de activitate fizică tind să se concentreze pe jocul cu antrenamente în fiecare zi sau cu acumularea unui anumit număr de pași ori kilometri. Uită că mișcarea este menită în primul rând să-i facă mai sănătoși, ajungând să aibă răni de uzură în calea spre atingerea unor obiective de fitness aleatorii.

Mai departe de dispozitivele personale pentru fitness, unele companii își transformă spațiile de lucru în parametri de joc pentru a-și motiva angajații. În anul 2000, patru antreprenori au pus bazele unui dispecerat la distanță numit LiveOps. LiveOps recrutează mai mult de 20 000 de americani obișnuiți pentru telemarketing și, mai recent, pentru a coordona

platformele de rețele sociale ale organizațiilor mari, începând cu Pizza Hut și până la Electronic Arts. Compania verifică agenții înainte să îi primească în echipă, dar odată ce sunt acceptați pot să lucreze oricât de mult sau de puțin vor, în calupuri de câte 30 de minute. Agenții nu au nevoie decât de un telefon fix, un calculator, o conexiune de mare viteză la internet și o pereche de căști cu fir. Unele companii care folosesc LiveOps plătesc la minut – de exemplu, 25 de cenți pentru fiecare minut petrecut la telefon –, în timp ce altele plătesc la numărul de apeluri sau la vânzări. LiveOps este tentant pentru cei fără program fix – angajați cu jumătate de normă, părinți care au rămas acasă cu copiii sau indivizi prinși între două locuri de muncă.

Flexibilitatea companiei este un punct forte, dar angajații dispeceratelor fără program fix tind să se simtă tot mai puțin motivați. Pentru a combate acest efect, LiveOps a lansat un panou de bord ca un joc. Panoul fiecărui angajat include un segment de progres care afișează procentul de apeluri care generează vânzări, trofee și insigne pentru atingerea anumitor praguri, precum și provocările în care aceștia s-au implicat și le-au cucerit cu succes. Un panou de scor cu cei mai buni oameni de vânzări este transmis peste tot în companie. Conform LiveOps, aceste elemente de joc au dus la o creștere de 10% a evaluărilor serviciului și au scăzut cu 15% timpul de așteptare al clienților. Au crescut ratele de conversie ale vânzărilor și angajații au spus că se simt mai bine pentru că lucrează în această companie.

Alte organizații au crescut prin introducerea de recompense în sistem de joc. După ce a observat o femeie de 93 de ani care se chinuia să își tundă gazonul în Huntsville, Alabama, Rodney Smith Jr. a pus bazele unei organizații cu numele de Raising Men Lawn Care.[157] Raising Men găsește băieți tineri,

dintre care mulți proveniți din medii sărace, care să tundă gratuit gazonul. (Organizația este finanțată de oameni binevoitori prin pagina proprie de pe GoFundMe.) Băieții sunt motivați de faptul că fac un lucru bun, dar în același timp sunt motivați și de un sistem de insigne care împrumută elemente de la artele marțiale. Așa cum explică pagina de Facebook a companiei, sistemul de ierarhie a culorilor este „similar cu ceea ce se face în artele marțiale... puștii vor începe programul cu un tricou alb. Apoi, după ce se ocupă de zece peluze, vor primi un tricou portocaliu, după 20 - unul verde, la 30 - unul albastru, 40 le aduce tricoul roșu, iar de la 50 încolo obțin tricoul negru". Succesul organizației Raising Men a dus la apariția de noi filiale pe tot teritoriul țării, o comunitate online în creștere care îi urmărește activitatea și zeci de mii de dolari pentru finanțare.

Transformarea în joc nu ajută prea mult atunci când o experiență este deja distractivă; cele mai bune rezultate se obțin atunci când experiența este plictisitoare. Pregătirea la locul de muncă s-ar putea să fie cea mai cunoscută parte plictisitoare a muncii. În același timp, instructajul este extrem de important, pentru că angajații prost instruiți sunt mai puțin productivi și mai puțin în siguranță. Din ce în ce mai multe companii încep să își pregătească angajații prin jocuri. De exemplu, Hotelul Hilton Garden Inn a angajat biroul de design de jocuri Virtual Heroes pentru a proiecta un hotel virtual de pregătire. Jocul îi pune pe membrii echipei într-o versiune tridimensională, virtuală, a Hotelului Hilton Garden Inn, iar acolo își servesc clienții într-un interval de timp bine delimitat. Ei primesc note pentru viteză și adecvare, care se vor transforma în punctaje SALT (Satisfaction and Loyalty Tracking). Hotelurile își evaluează angajații cu punctaje SALT în lumea reală, așa că mediul virtual din joc este o simulare excelentă. După succesul Hilton, Virtual Heroes a adunat în portofoliu o

mulțime de corporații de anvergură, inclusiv Armata Statelor Unite, canalul Discovery, Departamentul de Securitate Internă, British Petroleum și Genetech.

Aceste jocuri nu sunt doar distractive; sunt și interactive și îmbunătățesc rezultatele la locul de muncă și retenția. Traci Sitzmann, profesor de management la Universitatea din Colorado, analizează rolul jocurilor în programele de instructaj desfășurate la locul de muncă. Într-un studiu de sinteză aceasta a evaluat rezultatele obținute în 65 de studii care comparau programe de pregătire bazate pe jocuri cu altele offline. Pentru aproape șapte mii de angajați în pregătire aceasta a descoperit că instructajul bazat pe jocuri a fost cu mult mai eficient decât cel offline: cei care au beneficiat de primul au avut o rată de retenție cu 9% mai mare, și-au amintit cu 11% mai multe lucruri și au obținut punctaje cu 14% mai mari la teste de cunoștințe despre abilități. De asemenea, cei din această categorie s-au simțit cu 20% mai încrezători și capabili după ce au jucat jocurile, din moment ce se bazau pe experiență activă și directă, nu doar pe instructaj pasiv.

Aceleași proprietăți care fac pregătirea interactivă și digerabilă pot fi canalizate și pentru a obține beneficii medicale.[158] În 1996, o echipă de cercetători de la Universitatea Washington din Seattle a primit o bursă guvernamentală pentru a analiza efectele jocurilor de tip realitate virtuală asupra toleranței la durere. Pacienții cu arsuri sunt obligați să îndure în fiecare zi dureri îngrozitoare, de fiecare dată când li se curăță rănile și li se schimbă pansamentele. Într-un studiu, 86% dintre pacienții cu arsuri și-au descris nivelul de durere ca fiind „insuportabil", iar asta *după* ce primiseră morfină pentru a trata durerea.

Unii dintre pacienții laboratorului au reacționat bine la hipnoză, așa că cercetătorii au conceput un joc bazat pe realitate virtuală pe care l-au numit SnowWorld. Ceva ca SnowWorld care să îi distragă este esențial, pentru că o mare parte a durerii resimțite se naște din anticipare. Așa cum explică pe site-ul lor cercetătorii:

> Găsiți în continuare raționamentul care ne face să credem că realitatea virtuală va ameliora durerea. Percepția asupra durerii are o componentă psihologică importantă. Același semnal dureros recepționat poate fi interpretat ca fiind dureros sau nu, în funcție de ceea ce crede pacientul. Durerea are nevoie de atenție conștientă. Esența realității virtuale este iluzia pe care o trăiesc utilizatorii în timp ce intră în mediul generat de calculator. Să fii atras într-o altă lume solicită multă atenție, lăsând mai puțină atenție disponibilă pentru a procesa stimuli de durere. Atenția conștientă este ca un reflector. De obicei este concentrată pe durere și pe tratamentul rănii. Noi atragem acel reflector spre lumea virtuală. În loc să fie durerea centrul atenției, pentru mulți pacienți prinși în realitatea virtuală îngrijirea rănii devine mai degrabă ceva enervant, care îi distrage de la scopul lor principal de a explora lumea virtuală.

SnowWorld este un joc de aventură la persoana I care se desfășoară în realitatea virtuală. Jucătorul aruncă bulgări de zăpadă spre pinguini, mastodonți și oameni de zăpadă, în timp ce ascultă cântece vesele interpretate de Paul Simon. Experiența este captivantă și unii pacienți cu arsuri descriu parcurgerea jocului ca fiind „distractivă" – foarte departe de eticheta de „insuportabil" pe care o asociaseră procesului de schimbare a pansamentului înainte să joace SnowWorld. Când s-au uitat la activitatea cerebrală, cercetătorii au descoperit că regiunile care procesează durerea erau mai puțin active atunci când pacienții jucau SnowWorld decât atunci când se bazau

doar pe morfină. Același proces dă rezultate și pentru alte experiențe dureroase – cercetătorii au demonstrat că diminuează durerile de dinți, atât la copii, cât și la adulți, respectiv că atenuează traumele psihiatrice ale supraviețuitorilor atacurilor de la World Trade Center de pe 11 septembrie 2001.

Deși Tetris, despre care am vorbit în Capitolul 7, dă o dependență teribilă, acesta are și unele dintre proprietățile terapeutice ale lui SnowWorld. Multe persoane care sunt martore la decese, accidentări sau amenințări exercitate asupra altora suferă de traume persistente. Revăd cu ochii minții, iar și iar, în buclă, episoadele la care au fost expuse, uneori pentru tot restul vieților lor. Terapeuții au instrumente pentru a trata tulburările de stres posttraumatic (PTSD), dar acestea nu sunt foarte eficiente imediat după evenimentul traumatizant. Abordarea terapeutică obișnuită nu ajută prea mult în primele săptămâni, așa că supraviețuitorii trebuie să aștepte, de regulă, pentru a primi tratament. Acest aspect li s-a părut ciudat unor psihiatri de la Universitatea Oxford: de ce să aștepți ca amintirile să se cristalizeze înainte de a începe tratamentul?

În 2009, echipa condusă de Emily Holmes a testat o nouă metodă de intervenție pentru stresul posttraumatic. Membrii echipei au cerut unui grup de adulți să urmărească un filmuleț de douăsprezece minute care conținea „unsprezece secvențe cu conținut traumatizant, inclusiv unele reale și explicite, cu intervenții chirurgicale, accidente rutiere fatale și înec". Aceasta era simularea traumei pentru ei, iar participanții care au participat la studiu au fost cu adevărat traumatizați. Înaintea intervenției au raportat că se simțeau calmi și relaxați; după vizionare erau supărați și agitați. Holmes și echipa i-au obligat pe adulți să aștepte 30 de minute – o simulare a așteptării de o jumătate de oră prin care ar putea să treacă cineva înainte de a fi consultat la camera de gardă. Apoi

jumătate dintre participanți au jucat Tetris zece minute, în timp ce restul au stat în liniște.

Adulții s-au întors acasă pentru o săptămână și și-au notat gândurile într-un jurnal zilnic. O dată pe zi își aminteau scenele din filmuleț care li se tot derulau în minte. Unii vedeau mașini ciocnindu-se, iar alții își aminteau scene înfricoșătoare din timpul intervențiilor chirurgicale. Dar amintirile i-au afectat pe unii mai mult decât pe alții. Cei care au stat în liniște după vizionarea filmulețului îngrozitor au retrăit, în medie, de șase ori pe săptămână scenele de impact; cei care jucaseră Tetris au avut o medie mai mică de trei. Tetris, cu toate culorile lui și cu muzica și piesele în mișcare au făcut ca amintirile traumatizante inițiale să nu prindă rădăcini. Jocul le-a consumat atenția care altfel ar fi putut să se concentreze asupra amintirilor înfricoșătoare și să le transfere în memoria de durată, așa că amintirile lor s-au păstrat imperfect sau deloc. La sfârșitul săptămânii adulții s-au întors în laborator, iar cei care fuseseră într-atât de norocoși încât să joace Tetris au raportat mai puține simptome psihiatrice. Cercetătorii au explicat că jocul funcționase ca un „vaccin cognitiv". Deși filmulețul îi traumatizase pe termen scurt, jocul de Tetris a prevenit trauma pe termen lung.

Conceptul de gamificare este amplu lăudat, dar este și contestat. În 2013, o echipă numeroasă de cercetători a publicat o lucrare despre jocuri în publicația *Nature*, unul dintre jurnalele științifice de cea mai bună calitate. Lucrarea aclama un joc numit NeuroRacer, care le cerea jucătorilor să conducă o mașină în timp ce apăsau pe butoane pentru a răspunde la solicitările care le apăreau pe ecran. Cercetătorii au susținut că această formă de gestionare concomitentă a mai multor

sarcini era profund terapeutică pentru adulții mai în vârstă. În loc să intre în declin, funcțiile cognitive le-ar rămâne în stare bună de funcționare, dacă ar juca NeuroRacer câte o oră, de trei ori pe săptămână. Nu ar fi un cost prea mare pentru a obține amânarea declinului mintal. Autorii au cerut unui număr de aproape 200 de adulți să joace timp de o lună acel joc și apoi le-au măsurat performanțele cognitive de-a lungul a șase luni. Comparativ cu adulții mai în vârstă care nu jucaseră deloc sau care jucaseră o versiune mai simplă a jocului, cei care jucaseră versiunea cu mai multe sarcini concomitente s-au descurcat mai bine la o serie amplă de teste cognitive.

După apariția acestei cercetări au apărut câteva companii specializate în software menit să antreneze creierul. Au avut încasări de miliarde de dolari și au promovat ideea că jocurile care includ mai multe sarcini concomitente ar facilita mai multe funcții cognitive. Însă dovezile erau puține. Unii cercetători au ajuns la aceleași rezultate ca cele publicate în *Nature*, dar alții au susținut că antrenarea creierului îmbunătățea performanțele doar la nivelul unor jocuri nesemnificative; nu putea cu adevărat să le facă oamenilor viețile mai bune pe termen lung, la distanță de ani și decenii față de experimentul original. În 2014, 75 de oameni de știință au semnat o declarație care concluziona că „până la acest moment nu există dovezi științifice convingătoare" în sprijinul ideii că jocurile pentru minte pot preîntâmpina declinul cognitiv. Comisia federală pentru comerț părea să fie de acord. În ianuarie 2016, Federal Trade Commission (FTC) a amendat cu două milioane de dolari Lumos Labs, una dintre companiile cele mai mari și care avuseseră cel mai mare succes pe nișa antrenamentului cognitiv. Conform celor de la FTC, Lumos se făcea vinovată de „publicitate înșelătoare" pentru software-ul său. Era posibil ca jocurile făcute de Lumos să țină la distanță deteriorarea

cognitivă, dar nu existau suficiente dovezi și Lumos se lăudase prea mult.

Chiar dacă dă rezultate, unii critici cred că tehnica gamificării ar trebui abandonată. Ian Bogost, creator de jocuri la Georgia Tech, infirmă această ipoteză. În 2011 a susținut o prezentare la un simpozion pe tema gamificării la Wharton. El și-a intitulat prelegerea „Gamification Is Bullshit"*. Bogost a sugerat că acest concept „a fost inventat de consultanți ca metodă de a captura bestia sălbatică și râvnită a jocurilor video și de a o domestici". Bogost a criticat-o pe motiv că submina bunăstarea „jucătorului". În cel mai bun caz era indiferentă față de bunăstarea lui, făcând presiuni pentru scopuri ascunse pe care el nu prea avea de ales decât să le urmeze. Atât de mare este puterea designului de jocuri: un joc bine proiectat alimentează dependența comportamentală.

Bogost a demonstrat puterea tacticii de transformare a experiențelor în jocuri cu ajutorul lui Cow Clicker, un joc dintr-o rețea socială.[159] Acesta a proiectat Cow Clicker în așa fel încât să imite jocuri similare, cum ar fi FarmVille, care dominaseră multe luni spațiul Facebook. Obiectivul jocului era simplu: apasă pe vacă în timpul perioadelor critice și vei câștiga o valută virtuală cunoscută sub numele de *mooney***. Cow Clicker trebuia să fie o satiră față de gamificare, dar a avut un succes uriaș. Zeci de mii de utilizatori au descărcat jocul și, în loc să îl joace o dată sau de două ori, au jucat zile în șir. La un moment dat, un profesor de IT se afla în vârful clasamentului cu o mie de mooney. Bogost a actualizat jocul cu elemente noi, a adăugat premii pentru atingerea anumitor

---

* „Gamificarea este un rahat", din limba engleză, în traducere liberă (n.r.).

** Joc de cuvinte între *money* („bani") și *moo* („mugetul vacii"), poate un fel de *muunede* (n.t.).

praguri (cum ar fi Talanga de aur pentru 100 000 de clicuri) și a introdus o vacă acoperită cu petrol pentru a comemora deversarea provocată de BP. A susținut că succesul jocului Cow Clicker a fost o surpriză, dar în realitate avea multe dintre trăsăturile care făcuseră ca alte jocuri să dea dependență: punctele, insignele și nivelurile lui Werbach și Hunter.

La un anumit nivel, Cow Clicker este distracție nevinovată. Dar Bogost subliniază un aspect important atunci când spune că nu totul ar trebui să fie un joc. Luați drept exemplu cazul unui copil mic care preferă să nu mănânce. O variantă este transformarea mâncatului în joc – să pilotăm mâncarea în gura lui ca pe un avion. Poate că asta pare o idee bună acum, dar pe termen lung copilul percepe mâncarea ca fiind un joc. Preia proprietățile jocurilor: trebuie să fie distractiv, interactiv și interesant sau nu merită să fie făcut. În loc să își dezvolte motivația de a mânca pentru că mâncarea este fortifiantă și hrănitoare, copilul învață că mâncatul e un joc.

Adevărul este că probabil nici nu contează prea mult dacă cel mic se gândește la mâncat ca la un joc sau nu. El va învăța în curând scopul mâncării. Dar la fel cum și-a înlocuit adevărata motivație pentru mâncare cu distracția, la fel se pot vulgariza și alte experiențe. Treptele-pian de la Odenplan sunt foarte distractive, dar nu promovează cu adevărat un comportament sănătos pe termen lung. În schimb, s-ar putea să îl submineze, sugerând că activitatea fizică ar trebui să fie mai ales distractivă în loc să fie menită să susțină sănătatea și bunăstarea. Intervențiile drăgălașe care se folosesc de transformarea experiențelor în joc sunt fermecătoare, dar este puțin probabil să schimbe felul în care vor aborda oamenii activitatea fizică în ziua următoare, în săptămâna următoare sau în următorul an.

De fapt, distracția din jocul sugerat s-ar putea să se suprapună peste motivații importante, prin schimbarea felului în

care oamenii percep cu totul experiența. La sfârșitul anilor 1990 economiștii Uri Gneezy și Aldo Rustichini au încercat să îi descurajeze pe părinți să mai întârzie atunci când veneau să își ia copiii de la trei grădinițe israeliene. Abordarea economică rațională este să îi pedepsești pe oameni atunci când fac ceva greșit, așa că unele dintre grădinițe au început să îi amendeze pe părinții care întârziau. La sfârșitul fiecărei luni facturile pe care le primeau de la grădinițe conțineau și aceste amenzi – o încercare de a-i dezvăța să mai întârzie în următoarea lună. De fapt, amenzile au avut efectul contrar. Părinții amendați au întârziat *mai mult* decât cei care nu au fost amendați. Gneezy și Rustichini au explicat că amenzile s-au suprapus peste motivația de a face ceea ce trebuie. Părinții se simțeau prost când ajungeau târziu – asta până când întârzierea a început să fie o problemă de bani. Apoi, în loc să se simtă prost, priveau întârzierea ca pe o decizie financiară. Motivația intrinsecă de a face bine – de a veni la timp – a fost eliminată de motivul extrinsec de a întârzia în schimbul unui preț corect. Același lucru este valabil și pentru conceptul de gamificare: oamenii se gândesc la experiență în mod diferit imediat ce adoptă semnalele reprezentative pentru distracție. Acum activitatea fizică nu are legătură cu a fi sănătos; este despre distracție. Și, imediat ce dispare distracția, se opresc și antrenamentele.

Transformarea experiențelor în jocuri este un instrument puternic și, la fel ca toate instrumentele puternice, vine la pachet cu efecte amestecate. Pe de o parte imprimă un grad de bucurie experiențelor plictisitoare sau neplăcute. Le oferă pacienților un refugiu de la durere, îi scapă de plictiseală pe elevi, le dă jucătorilor îndârjiți o scuză pentru a face donații caritabile. Fenomenul cunoscut sub numele de gamificare are

valoare fie și numai prin creșterea numărului de rezultate pozitive din lume. Este o alternativă care merită luată în calcul pentru servicii medicale tradiționale, educație și opere de binefacere, pentru că, în multe privințe, aceste abordări sunt surde în fața elementelor care susțin motivația umană. Însă și Ian Bogost a fost suficient de înțelept să atragă atenția asupra pericolelor. Jocuri ca FarmVille și Hollywood al lui Kim Kardashian sunt făcute să exploateze motivația umană pentru câștiguri financiare. Acestea întorc mecanismele jocului împotriva jucătorului, cel din urmă devenind captiv în plasa irezistibilă a jocului. Dar, așa cum am menționat de la început în această carte, tehnologia nu este inerent bună sau rea. Același lucru este valabil și pentru conceptul de gamificare. Dezbrăcat de popularitate și numele care te prinde, esența conceptului este pur și simplu o modalitate eficientă de proiectare a experiențelor. Jocurile doar se întâmplă să facă o treabă excelentă atunci când vine vorba despre atenuarea durerii, înlocuirea plictiselii cu bucurie și contopirea distracției cu generozitate.

Epilog

Jumătate din lumea dezvoltată este dependentă de ceva și, pentru cei mai mulți dintre oameni, acel ceva este un comportament. Suntem dependenți de telefoanele noastre, de e-mail, jocuri video, TV, muncă, shopping, mișcare și o lungă listă de alte experiențe care există datorită creșterii tehnologice rapide și a designului de produse sofisticat. Puține dintre aceste experiențe existau în anul 2000, iar până în 2030 ne vom lupta cu o nouă listă care abia dacă se va suprapune cu actualul meniu. Ceea ce știm este că numărul de experiențe acaparatoare și generatoare de dependență este în creștere, într-un ritm accelerat, așa că trebuie să înțelegem cum, de ce și când încep oamenii să dezvolte și apoi să scape de aceste dependențe comportamentale. La capătul spiritual al spectrului, sănătatea, fericirea și bunăstarea noastră depind de asta – și aici, pe pământ, același lucru este valabil despre capacitatea de a ne privi în ochi pentru a stabili conexiuni emoționale autentice.

Când privesc în trecut, adulții tind să spună că multe s-au schimbat. Lucrurile se mișcă mai repede decât se mișcau; vorbeam mai mult; vremurile erau mai simple cândva; și tot așa. În ciuda senzației că lucrurile s-au schimbat, tindem și să credem că nu se vor mai schimba – că noi și viețile pe care le trăim acum vor rămâne așa pentru totdeauna. Aceasta este cunoscută ca iluzia *sfârșitului istoriei* și se manifestă parțial pentru că este mult mai ușor să vedem schimbările autentice între acum zece ani și prezent decât să ne imaginăm cât de diferite

vor fi lucrurile peste zece ani.[160] Într-un fel iluzia este reconfortantă, pentru că ne face să simțim că am terminat procesul de a deveni cine suntem și că viața va rămâne pentru totdeauna la fel cum este acum. În același timp, ne împiedică să ne pregătim pentru schimbările care vor veni.

Acest aspect este sigur adevărat în cazul dependenței de comportamente, care pare să fi atins apogeul. Cine și-ar fi imaginat în urmă cu un deceniu că Facebook va atrage 1,5 miliarde de utilizatori, dintre care mulți spun că și-ar dori să petreacă mai puțin timp pe site? Sau că milioane de utilizatori de Instagram vor petrece ore întregi cu încărcarea și aprecierea celor 60 de milioane de poze noi pe care aplicația le găzduiește în fiecare zi? Sau că mai mult de 20 de milioane de oameni își vor număra și monitoriza fiecare pas cu un mic dispozitiv prins la încheietura mâinii?

Acestea sunt statistici remarcabile, dar reprezintă un punct intermediar, aproape de începutul unui lung urcuș. Dependența comportamentală este încă în fașă și există o probabilitate semnificativă să fim abia la primul refugiu de la poalele muntelui, cu mult sub creastă. Experiențele care ne implică pe deplin, cum ar fi dispozitivele de realitate virtuală, nici măcar nu au devenit accesibile maselor încă. Peste zece ani, când vom avea cu toții o pereche de ochelari VR, ce ne va mai ține conectați cu lumea reală? Dacă relațiile umane au de suferit în fața smartphone-urilor și a tabletelor, cum vor rezista în fața valului de experiențe care ne acaparează în realitatea virtuală? Facebook abia dacă a împlinit un deceniu și Instagram, pe jumătate; în zece ani vor exista o mulțime de noi platforme care vor face ca Facebook și Instagram să pară curiozități antice. S-ar putea să mai atragă încă mulți utilizatori – merită să te lansezi devreme – dar poate că vor fi relicve din prima generație cu o fracțiune din puterea de acaparare a

alternativelor de ultimă generație. Sigur că nu știm exact cum va arăta lumea peste zece ani, dar uitându-ne la ultimul deceniu, nu există niciun motiv pentru care să credem că istoria s-a terminat aici și că dependența comportamentală a ajuns la apogeu cu Facebook, Instagram, FitBit și World of Warcraft.

Așadar, care este soluția? Nu putem abandona tehnologia și nici nu ar trebui. Unele progrese tehnologice alimentează dependența comportamentală, dar în același timp sunt miraculoase și ne îmbogățesc viețile. Și nu trebuie să dea dependență dacă sunt atent proiectate. E posibil să creăm un produs sau o experiență care să fie indispensabilă, dar să nu dea neapărat dependență. De exemplu, birourile se pot închide la ora șase – și odată cu ele și conturile de e-mail pot fi dezactivate între miezul nopții și ora cinci a dimineții. Jocurile, asemenea cărților împărțite pe capitole, pot fi construite cu puncte de oprire firești. Platformele de rețele sociale pot fi „demetricate", prin eliminarea feedbackului numeric care determină sublinierea comparațiilor sociale dăunătoare și stabilirea cronică de obiective. Copiilor le pot fi prezentate ecranele în ritm lent și sub supraveghere, nu neapărat totul deodată. Atitudinea noastră față de experiențele care dau dependență este în mare parte culturală, iar dacă această cultură a noastră face loc pentru repaus fără muncă, fără jocuri, fără ecrane, va fi mai ușor pentru noi și copiii noștri să rezistăm în fața tentației dependenței comportamentale. În locul ei vom comunica direct unii cu ceilalți, nu prin dispozitive, iar strălucirea acestor legături sociale ne va face mai bogați și mai fericiți decât ar putea vreodată să o facă strălucirea ecranelor.

Mulțumiri

Cele mai calde mulțumiri echipelor de la Penguin Press, Inkwell Management și Broadside PR. De la Penguin Press, mai ales înțeleptei și răbdătoarei mele editoare, Ann Godoff, cea care a făcut ca *Irezistibil* să fie o carte cu mult mai puternică și mai închegată decât aș fi reușit eu să o fac vreodată de unul singur. Tot de la Penguin Press, mulțumiri lui Will Heyward, Juliana Kiyan, Sara Hutson, Matt Boyd, Caitlin O'Shaughnessy și Casey Rausch. La Inkwell, mulțumiri speciale merg către reprezentantul meu amabil și perspicace, Richard Pine, cel care este tot ce ar trebui să fie un reprezentant: un om al ideilor, psiholog, un guru al publicității și un prieten. Tot de la Inkwell, le mulțumesc lui Eliza Rothstein și lui Alexis Hurley. Iar la Broadside le mulțumesc lui Whitney Peeling și întregii echipe Broadside.

Pentru că au citit variante anterioare ale lui *Irezistibil*, pentru că mi-au împărtășit ideile lor și pentru că mi-au răspuns cu răbdare la întrebări, le mulțumesc lui Nicole Airey, Dean Alter, Jenny Alter, Ian Alter, Sara Alter, Chloe Angyal, Gary Aston Jones, Nicole Avena, Jessica Barson, Kent Berridge, Michael Brough, Oliver Burkeman, Hilarie Cash, Ben Caunt, Rameet Chawla, John Disterhoft, Andy Doan, Natasha Dow Schüll, David Epstein, Bennett Foddy, Allen Frances, Claire Gillan, Malcolm Gladwell, David Goldhill, Adam Grant, Melanie Green, Mark Griffiths, Hal Hershfield, Jason Hirschel, Kevin Holesh, Margot Lacey, Frank Lantz, Andrew Lawrence, Tom Meyvis, Stanton Peele, Jeff Peretz, Ryan Petrie, Sam Polk, Cosette Rae, Aryeh Routtenberg, Adam Saltsman, Katherine

Schreiber, Maneesh Sethi, Eesha Sharma, Leslie Sim, Anni Sternisko, Abby Sussman, Maia Szalavitz, Isaac Vaisberg, Carrie Wilkens, Bob Wurtz și lui Kimberly Young.

La sfârșitul lui 2014 le-am descris premisa volumului *Irezistibil* studenților care urmau cursul meu de marketing de la Școala de afaceri Stern de la Universitatea New York. Le mulțumesc celor care m-au ajutat prin anecdotele și exemplele de tehnologii care dau dependență pe care mi le-au trimis, mai ales lui Griffin Carlborg, Caterina Cestarelli, Gizem Ceylan, Arianna Chang, Jane Chyun, Sanhita Dutta Gupta, Elina Hur, Allega Ingerson, Nishant Jain, Chakshu Madhok, Danielle Nir, Michelle See, Yash Seksaria, Yu Sheng, Jenna Steckel, Sonya Shah, Lindsay Stecklein, Anne-Sophie Svoboda, Madhumitha Venkataraman și lui Amy Zhu.

Și le mulțumesc, întotdeauna, soției mele, Sara; fiului meu, Sam; părinților mei, Ian și Jenny; lui Suzy și Mike; și fratelui meu Dean.

Note

PROLOG: NU TE DROGA NICIODATĂ CU MARFA TA

1. John D. Sutter și Doug Gross, „Apple Unveils the «Magical» iPad", CNN, 28 ianuarie 2010, www.cnn.com/2010/TECH/01/27/apple.tablet/. Videoclipul evenimentului: EverySteveJobsVideo, „Steve Jobs Introduces Original iPad – Apple Special Event", 30 decembrie 2013, www.youtube.com/watch?v=_KN-5zmvjAo.
2. Această secțiune cu opinii ale experților în tehnologie este preluată de la: Nick Bilton, „Steve Jobs Was a Low-Tech Parent", *New York Times*, 11 septembrie 2014, www.nytimes.com/2014/09/11/fashion/steve-jobs-apple-was-a-low-tech-parent.html.
3. Aceste fragmente sunt din interviuri cu, printre alții, designerii de jocuri Bennett Foddy și Frank Lantz, expertele în dependența de activități fizice Leslie Sim și Katherine Schreiber, respectiv cu fondatoarea clinicii reSTART pentru dependența de internet, Cosette Rae.
4. Aceste citate sunt din: Natasha Singer, „Can't Put Down Your Device? That's by Design", *New York Times*, 5 decembrie 2015, www.nytimes.com/2015/12/06/technology/personaltech/cant-put-down-your-device-thats-by-design.html.
5. Pentru mai multe informații despre cum alimentează dependența comportamentală viteza asistată de tehnologie, vedeți: Art Markman, „How to Disrupt Your Brain's Distraction Habit", Inc.com, 25 mai 2016, www.inc.com/art-markman/the-real-reason-technology-destroys-your-attention-span-is-timing.html.

6. Pentru scopul acestei cărți am adoptat propriile mele definiții pentru dependența de comportamente, compulsiune și obsesie, definiții cu elemente din mai multe surse. M-am bazat în mod special pe următorul manual, o lucrare academică accesibilă despre dependența comportamentală care adună capitole de la zeci de experți: Kenneth Paul Rosenberg și Laura Curtiss Feder, eds., *Behavioral Addictions: Criteria, Evidence, and Treatment* (Elsevier Academic Press: Londra, 2014). M-am mai bazat și pe: Aviel Goodman, „Addiction: Definitions and Implications", *British Journal of Addiction* nr. 85 (1990): 1403-1408. Într-o anumită măsură am adoptat definițiile din: American Psychiatric Association, *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*, 5th ed. (American Psychiatric Publishing: Washington, DC, 2013). [DSM-5, Ediția a cincea a *Manualului de diagnostic și statistică a tulburărilor mintale* este disponibil și în limba română la Editura medicală Callisto (n.t.)]
7. Acești psihologi clinicieni au fost de acord să vorbească, cu condiția de a nu le divulga numele. Erau îngrijorați că pacienții ar putea recunoaște anecdotele pe care le-au împărtășit anonim.
8. John Patrick Pullen, „I Finally Tried Virtual Reality and It Brought Me to Tears", *Time*, 8 ianuarie 2016, www.time.com/4172998/virtual-reality-oculus-rift-htc-vive-ces/.

CAPITOLUL 1: CUM AU LUAT AMPLOARE OBICEIURILE CARE DAU DEPENDENȚĂ

9. Site-ul aplicației Moment: inthemoment.io/; blogul lui Holesh: inthemoment.io/blog. Printre alte articole despre Holesh și aplicația lui se numără: Conor Dougherty, „Addicted to Your Phone? There's Help for That", *New York Times*, 11 iulie 2015, www.nytimes.com/2015/07/12/sunday-review/

addicted-to-your-phone-theres-help-for-that.html; Seth Fiegerman, „You've Been on Your Phone for 160 Minutes Today", Mashable, 14 august 2014, mashable.com/2014/08/19/mobile-addiction/; Sarah Perez, „A New App Called Moment Shows You How Addicted You Are to Your iPhone", TechCrunch, 27 iunie 2014, techcrunch.com/2014/06/27/a-new-app-called-moment-shows-you-how-addicted-you-are-to-your-iphone/; Jiaxi Lu, „This App Tells You How Much Time You Are Spending, or Wasting, on Your Smartphone", *Washington Post*, 21 august 2014, www.washingtonpost.com/news/technology/wp/2014/08/21/this-app-tells-you-how-much-time-you-are-spending-or-wasting-on-your-smartphone/.

10. Printre cercetările pe acest subiect se numără: A.L.S. King și alții, „Nomophobia: Dependency on Virtual Environments or Social Phobia?", *Computers in Human Behaviors* 29, nr. 1 (ianuarie 2013): 140-144; A.L.S. King, A.M. Valença și A.E. Nardi, „Nomophobia: The Mobile Phone in Panic Disorder with Agoraphobia: Reducing Phobias or Worsening of Dependence?", *Cognitive and Behavioral Neurology* 23, nr. 1 (2010): 52-54; James A. Roberts, Luc Honore Petnji Yaya și Chris Manolis, „The Invisible Addiction: Cell-Phone Activities and Addiction Among Male and Female College Students", *Journal of Behavioral Addictions* 3, nr. 4 (decembrie 2014): 254-265; Andrew Lepp, Jacob E. Barkley și Aryn C. Karpinski, „The Relationship between Cell Phone Use, Academic Performance, Anxiety, and Satisfaction with Life in College Students", *Computers in Human Behavior* 31 (februarie 2014) 343-350; Shari P. Walsh, Katherine M. White, Ross McD. Young, „Needing to Connect: The Effect of Self and Others on Young People's Involvement with Their Mobile Phones", *Australian Journal of Psychology* 62, nr. 4 (2010): 194-203.

11. Andrew K. Przybylski și Netta Weinstein, „Can You Connect with Me Now? How the Presence of Mobile Communication Technology Influences Face-to-Face Conversation Quality", *Journal of Social and Personal Relationships* 30, nr. 3 (mai 2013): 237-246.
12. Colin Lecher, „GameSci: What Is (Scientifically!) the Most Addictive Game Ever?", *Popular Science*, 27 martie 2013, www.popsci.com/gadgets/article/2013-03/gamesci-what-scientifically-most-addictive-game-ever; Grupul de discuții al WoWaholics Anonymous, www.reddit.com/r/nowow/; Testul de dependență de WoW, www.helloquizzy.com/tests/the-new-and-improved-world-of-warcraft-addiction-test.
13. Ana Douglas, „Here Are the 10 Highest Grossing Video Games Ever", *Business Insider*, 13 iunie 2012, www.businessinsider.com/here-are-the-top-10-highest-grossing-video-games-of-all-time-2012-6; Samit Sarkar, „Blizzard Reaches 100M Lifetime World of Warcraft Accounts", Polygon, 28 ianuarie 2014, www.polygon.com/2014/1/28/5354856/world-of-warcraft-100m-accounts-lifetime.
14. Jeremy Reimer, „Doctor Claims 40 Percent of World of Warcraft Players Are Addicted", *Ars Technica*, 9 august 2006, arstechnica.com/uncategorized/2006/08/7459/.
15. Informații despre reSTART: www.netaddictionrecovery.com/.
16. Jerome Kagan, „The Distribution of Attention in Infancy", în *Perception and Its Disorders*, eds. D.A. Hamburg, K.H. Pribram și A.J. Stunkard (Williams and Wilkins Company: Baltimore, MD, 1970), 214-237.
17. R.J. Vallerand și alții, „Les passions de l'ame: On Obsessive and Harmonious Passion", *Journal of Personality and Social Psychology* 83 (2003): 756-767.
18. Mai multe dintre opiniile lui Allen Frances puteți găsi în: Allen Frances, „Do We All Have Behavioral Addictions?", *Huffington*

Post, 28 martie 2012, www.huffingtonpost.com/allen-frances/behavioral-addiction_b_1215967.html.

19. Steve Sussman, Nadra Lisha și Mark D. Griffiths, „Prevalence of the Addictions: A Problem of the Majority or the Minority?", *Evaluation and the Health Professions* 34 (2011): 3-56.
20. Aceste statistici sunt luate din: Susan M. Snyder, Wen Li, Jennifer E. O'Brien și Matthew O. Howard, „The Effect of U.S. University Students' Problematic Internet Use on Family Relationships: A Mixed-methods Investigation", *Plos One*, 11 decembrie 2015, journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0144005.
21. Testul integral îl puteți găsi aici: netaddiction.com/Internetaddiction-test/.
22. Toate statisticile de aici pot fi găsite în Rosenberg și Feder, *Behavioral Addictions*. Vedeți și: Aaron Smith, „U.S. Smartphone Use in 2015", PewResearchCenter, 1 aprilie 2015, www.pewInternet.org/2015/04/01/us-smartphone-use-in-2015/; Ericsson Consumer Lab, „TV and Media 2015: The Empowered TV and Media Consumer's Influence", septembrie 2015.
23. Kelly Wallace, „Half of Teens Think They're Addicted to their Smartphones", CNN, 3 mai 2016, www.cnn.com/2016/05/03/health/teens-cell-phone-addiction-parents/index.html.
24. Kleiner Perkins Caulfield & Byers, „Internet Trends Report 2016", SlideShare, 26 mai 2015, www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1/14-14Internet_Usage_Engagement_Growth_Solid11.
25. Microsoft Canada, Consumer Insights, *Attention Spans*, primăvara 2015, advertising.microsoft.com/en/WWDocs/User/display/cl/researchreport/31966/en/microsoft-attention-spans-research-report.pdf. Microsoft nu a putut concluziona cu certitudine că rețelele sociale compromit atenția. De exemplu, exista posibilitatea ca genul de oameni care folosesc

rețelele sociale să fie mai puțin atenți în general. Dar în contextul mai amplu al raportului, considerând și celelalte rezultate, corelația a fost îngrijorătoare.

26. Etimologia cuvântului „addiction" [„dependență"]: *Oxford English Dictionary*, 1989, www.oup.com; vedeți și: Mark Peters, „The Word We're Addicted To", CNN, 23 martie 2010, www.cnn.com/2011/LIVING/03/23/addicted.to.addiction/.
27. Justin R. Garcia și alții, „Associations Between Dopamine D4 Receptor Gene Variation with Both Infidelity and Sexual Promiscuity", *Plos One,* 2010, journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0014162; vedeți și: B.P. Zietsch și alții, „Genetics and Environmental Influences on Risky Sexual Behaviour and Its Relationship with Personality", *Behavioral Genetics* 40, nr. 1 (2010): 12-21; David Cesarini și alții, „Genetic Variation in Financial Decision-making", *The Journal of Finance* 65, nr. 5 (octombrie 2010): 1725-1754; David Cesarini și alții, „Genetic Variation in Preferences for Giving and Risk Taking", *Quarterly Journal of Economics* 124, nr. 2 (2009): 809-842; Songfa Zhong și alții, „The Heritability of Attitude Toward Economic Risk", *Twin Research and Human Genetics* 12, nr. 1 (2009): 103-107.
28. Vedeți, de exemplu, Tammy Saah, „The Evolutionary Origins and Significance of Drug Addiction", *Harm Reduction Journal* 2, nr. 8 (2005), harmreductionjournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/1477-7517-2-8.
29. Istoria dependenței din: Jonathan Wynne-Jones, „Stone Age Man Took Drugs, Say Scientists", *Telegraph*, 19 octombrie 2008, www.telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/3225729/Stone-Age-man-took-drugs-say-scientists.html; Marc-Antoine Crocq, „Historical and Cultural Aspects of Man's Relationship with Addictive Drugs", *Dialogues in Clinical Neuroscience* 9, nr. 4 (2007): 355-361; Tammy Saah, „The

Evolutionary Origins and Significance of Drug Addiction", *Harm Reduction Journal* 2, nr. 8 (2005) harmreductionjournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/1477-7517-2-8; Nguyen Xuân Hien, „Betel-Chewing in Vietnam: Its Past and Current Importance", *Anthropos* 101 (2006): 499-516; Hilary Whiteman, „Nothing to Smile About: Asia's Deadly Addiction to Betel Nuts", CNN, 5 noiembrie 2013, www.cnn.com/2013/11/04/world/asia/myanmar-betelnut-cancer.

30. David F. Musto, „America's First Cocaine Epidemic", *The Wilson Quarterly* 13, nr. 3 (vara 1989): 59-64; Curtis Marez, *Drug Wars: The Political Economy of Narcotics* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2004); Robert Christison, „Observations on the Effects of the Leaves of Erythroxylon Coca", *British Medical Journal* 1 (29 aprilie 1876): 527-531.
31. Un rezumat bun despre Freud și „Über Coca": „Über Coca, by Sigmund Freud", scicurious, 28 mai 2008, scicurious.wordpress.com/2008/05/28/uber-coca-bysigmund-freud/; Sigmund Freud, „Über Coca classics revisited", *Journal of Substance Abuse and Treatment* 1 (1984), 206-217; Howard Markel, *An Anatomy of Addiction: Sigmund Freud, William Halsted, and the Miracle Drug, Cocaine* (New York: Vintage 2012).
32. Despre Pemberton și Coca-Cola: Bruce S. Schoenberg, „Coke's the One: The Centennial of the «Ideal Brain Tonic» That Became a Symbol of America", *Southern Medical Journal* 81, nr. 1 (1988): 69-74; M.M. King, „Dr. John S. Pemberton: Originator of Coca-Cola", *Pharmacy in History* 29, nr. 2 (1987): 85-89; Guy R. Hasegawa, „Pharmacy in the American Civil War", *American Journal of Health-System Pharmacy* 57, nr. 5 (2000): 457-489; Richard Gardiner, „The Civil War Origin of Coca-Cola in Columbus, Georgia", *Muscogiana: Journal of the Muscogee Genealogical Society* 23 (2012): 21-24; Dominic Streatfeild, *Cocaine: An Unauthorized Biography* (Londra:

Macmillan, 2003); Richard Davenport-Hines, *The Pursuit of Oblivion: A Global History of Narcotics* (New York: Norton, 2004).

33. Catherine Steiner-Adair, *The Big Disconnect: Protecting Childhood and Family Relationships in the Digital Age* (New York: Harper, 2013).
34. Chen Yu și Linda B. Smith. „The Social Origins of Sustained Attention in One-year-old Human Infants", *Current Biology* 26, nr. 9 (9 mai 2016): 1235-1240.
35. Universitatea din Indiana, „Infant Attention Span Suffers When Parents' Eyes Wander During Playtime: Eye-tracking Study First to Suggest Connection between Caregiver Focus and Key Cognitive Development Indicator in Infants", *ScienceDaily*, 28 aprilie 2016, www.sciencedaily.com/releases/2016/04/160428131954.htm.
36. Nancy Jo Sales, *American Girls: Social Media and the Secret Lives of Teenagers* (New York: Knopf, 2016).
37. Jessica Contrera. „13, Right Now", *Washington Post*, 25 mai 2016, www.washingtonpost.com/sf/style/wp/2016/05/25/2016/05/25/13-right-now-this-is-what-its-like-to-grow-up-in-the-age-of-likes-lols-and-longing/.
38. Despre Dong Nguyen și Flappy Bird: multe dintre informațiile din această secțiune sunt luate de pe pagina inițială de unde se putea descărca Flappy Bird și care nu mai este disponibilă online. Printre alte referințe se numără și: John Boudreau și Aaron Clark, „Flappy Bird Creator Dong Nguyen Offers Swing Copters Game", Bloomberg Technology, 22 august 2014, www.bloomberg.com/news/articles/2014-08-22/flappy-bird-creator-dong-nguyen-offers-swing-coptersgame; Laura Stampler, „Flappy Bird Creator Says «It's Gone Forever»", *Time*, 11 februarie 2014, http://time.com/6217/flappy-bird-app-dong-nguyen-addictive/; James Hookway,

„Flappy Bird Creator Pulled Game Because It Was «Too Addictive»", *Wall Street Journal*, 11 februarie 2014, www.wsj.com/articles/SB10001424052702303874504579376323271110900; Lananh Nguyen, „Flappy Bird Creator Dong Nguyen Says App «Gone Forever» Because It Was «An Addictive Product»", *Forbes*, 11 februarie 2014, www.forbes.com/sites/lananhnguyen/2014/02/11/exclusive-flappy-bird-creator-dong-nguyen-says-app-gone-forever-because-it-was-an-addictive-product/.

39. Kathryn Yung și alții, „Internet Addiction Disorder and Problematic Use of Google Glass in Patient Treated at a Residential Substance Abuse Treatment Program", *Addictive Behaviors* 41 (2015): 58-60; James Eng, „Google Glass Addiction? Doctors Report First Case of Disorder", NBC News, 14 octombrie 2014, www.nbcnews.com/tech/Internet/google-glass-addiction-doctors-report-first-case-disorder-n225801.

CAPITOLUL 2: DEPENDENTUL DIN FIECARE DINTRE NOI

40. Jason Massad, „Vietnam Veteran Recalls Firefights, Boredom and Beer", *Reporter Newspapers*, 4 noiembrie 2010, www.reporternewspapers.net/2010/11/04/vietnam-veteran-recalls-firefights-boredom-beer/.
41. Contextul afacerii cu heroină din Triunghiul de Aur în timpul Războiului din Vietnam și reacția lui Nixon: Alfred W. McCoy, Cathleen B. Read și Leonard P. Adams II, *The Politics of Heroin in Southeast Asia* (New York: Harper and Row, 1972); Tim O'Brien, *The Things They Carried* (New York: Houghton Mifflin Harcourt, 1990); Liz Ronk, „The War Within: Portraits of Vietnam War Veterans Fighting Heroin Addiction", *Time*, 20 ianuarie 2014, time.com/3878718/vietnam-veterans-heroin-addiction- treatmentphotos/; Aimee Groth, „This Vietnam

Study about Heroin Reveals the Most Important Thing about Kicking Addictions", *Business Insider*, 3 ianuarie 2012, www.businessinsider.com/vietnam-study-addictions-2012-1; Dirk Hanson, „Heroin in Vietnam: The Robins Study", Addiction Inbox, 24 iulie 2010, addiction-dirkh.blogspot.com/2010/07/heroin-in-viet-nam-robins-study.html; Jeremy Kuzmarov, *The Myth of the Addicted Army: Vietnam and the Modern War on Drugs* (Amherst, MA: University of Massachusetts Press, 2009); Alix Spiegel, „What Vietnam Taught Us about Breaking Bad Habits", NPR, 2 ianuarie 2012, www.npr.org/sections/health-shots/2012/01/02/144431794/what-vietnam-taught-usabout-breaking-bad-habits; Alexander Cockburn and Jeffrey St. Clair, *Whiteout: The CIA, Drugs, and the Press* (New York: Verso, 1997).

42. David Nutt, Leslie A. King, William Saulsbury și Colin Blakemore, „Development of a Rational Scale to Assess the Harm of Drugs of Potential Misuse", *Lancet* 369, nr. 9566 (martie 2007): 1047-1053.
43. Peter Brush, „Higher and Higher: American Drug Use in Vietnam", *Vietnam Magazine*, decembrie 2002, nintharticle.com/vietnam-drug-usage.htm; Alfred W. McCoy, Cathleen B. Read și Leonard P. Adams II, *The Politics of Heroin in Southeast Asia* (New York: Harper and Row, 1972).
44. Mai multe despre Lee Robins și propriile ei constatări: Lee N. Robins, „Vietnam Veterans' Rapid Recovery from Heroin Addiction: A Fluke or Normal Expectation?", *Addiction* 88, nr. 8 (1993), 1041-1054; Lee N. Robins, John E. Helzer și Darlene H. Davis, „Narcotic Use in Southeast Asia and Afterward", *Archives of General Psychiatry* 32, nr. 8 (1975): 955-961; Lee N. Robins și S. Slobodyan, „Post-Vietnam Heroin Use and Injection by Returning US Veterans: Clues to Preventing Injection Today", *Addiction* 98, nr. 8 (2003): 1053-1060; Lee

N. Robins, Darlene H. Davis și Donald W. Goodwin, „Drug Use by U.S. Army Enlisted Men in Vietnam: A Follow-up on Their Return Home", *American Journal of Epidemiology* 99, nr. 4 (mai 1974): 235-249; Lee N. Robins, *The Vietnam Drug User Returns*, raportul final, Special Action Office Monograph, Seria A, numărul 2, mai 1974, prhome.defense.gov/Portals/52/Documents/RFM/Readiness/DDRP/docs/35%20Final%20Report.%20The%20Vietnam%20drug%20user%20returns.pdf; Lee N. Robins, John E. Helzer, Michie Hesselbrock, și Eric Wish, „Vietnam Veterans Three Years after Vietnam: How Our Study Changed Our View of Heroin", *American Journal on Addictions* 19, 203-211 (2010); Thomas H. Maugh II, „Lee N. Robins Dies at 87; Pioneer in Field of Psychiatric Epidemiology", *Los Angeles Times*, 6 octombrie 2009, www.latimes.com/nation/la-me-lee-robins6-2009oct06-story.html.

45. Informațiile despre Olds și Milner vin din două surse – interviuri cu studenții lor: Bob Wurtz, Gary Aston-Jones, Aryeh Routtenberg și John Disterhoft; și diferite surse scrise: James Olds și Peter Milner, „Positive Reinforcement Produced by Electrical Stimulation of Septal Area and Other Regions of Rat Brain", *Journal of Comparative and Physiological Psychology* 47, nr. 6 (decembrie 1954): 419-427; James Olds, „Pleasure Centers in the Brain", *Scientific American* 195 (1956): 105-116; James Olds și M.E. Olds, „Positive Reinforcement Produced by Stimulating Hypothalamus with Iproniazid and Other Compounds", *Science* 127, nr. 3307 (16 mai 1958): 1155-1156; Robert H. Wurtz, *Autobiography*, n.d., www.sfn.org/~/media/SfN/Documents/TheHistoryofNeuroscience/Volume%207/c16.ashx; Richard F. Thompson, *James Olds: Biography* (National Academies Press, 1999), www.nap.edu/read/9681/chapter/16.

46. Informațiile despre Vaisberg, inclusiv despre dependența de WoW și afilierea cu reSTART, se bazează pe două interviuri cu Vaisberg.

CAPITOLUL 3: BIOLOGIA DEPENDENȚEI COMPORTAMENTALE

47. Anne-Marie Chang, Daniel Aeschbach, Jeanne F. Duffy și Charles A. Czeisler, „Evening Use of Light-emitting eReaders Negatively Affects Sleep, Circadian Timing, and Next-morning Alertness", *Proceedings of the National Academy of Sciences* 112, nr. 4 (2015): 1232-1237; Brittany Wood, Mark S. Rea, Barbara Plitnick și Mariana G. Figueiro, „Light Level and Duration of Exposure Determine the Impact of Self-luminous Tablets on Melatonin Suppression", *Applied Ergonomics* 44, nr. 2 (martie 2013) 237-240. Apple a adăugat de curând la dispozitivele sale bazate pe ecrane o funcție numită Night Shift [Tura de noapte], funcție care schimbă culoarea ecranului pe parcursul zilei pentru a diminua cantitatea de lumină albastră în perioada de dinainte de culcare: www.apple.com/ios/preview/. Mai multe despre acest subiect: Margaret Rhodes, „Amazon and Apple Want to Save Your Sleep by Tweaking Screen Colors", *Wired*, 1 ianuarie 2016, www.wired.com/2016/01/amazon-and-apple-want-to-improve-your-sleep-by-tweaking-screen-colors/; TechCrunch, „Arianna Huffington on Technology Addiction and the Sleep Revolution", 20 ianuarie 2016, techcrunch.com/video/arianna-huffington-on-politics-and-her-new-book-the-sleep-revolution/519432319/.
48. K.M. O'Craven și N. Kanwisher, „Mental Imagery of Faces and Places Activates Corresponding Stimulus-Specific Brain Regions", *Journal of Cognitive Neuroscience* 12, nr. 6 (2000): 1013-1023; Nancy Kanwisher, Josh McDermott și Marvin

M. Chun, „The Fusiform Face Area: A Module in Human Extrastriate Cortex Specialized for Face Perception", *Journal of Neuroscience* 17, nr. 11 (1 iunie 1997): 4302-4311.

49. Multe dintre informațiile din acest capitol provin din interviuri cu cercetători și experți în dependență și psihologie fiziologică: Claire Gillan, Nicole Avena, Jessica Barson, Kent Berridge, Andrew Lawrence, Stanton Peele și Maia Szalavitz.
50. Maia Szalavitz, „Most of Us Still Don't Get It: Addiction Is a Learning Disorder", *Pacific Standard*, 4 august 2014, www.psmag.com/health-and-behavior/us-still-dont-get-addiction-learning-disorder-87431; vedeți și: Maia Szalavitz, „How the War on Drugs Is Hurting Chronic Pain Patients", Vice, 16 iulie 2015, www.vice.com/read/how-the-war-on-drugs-is-hurting-chronic-pain-patients-716; Maia Szalavitz, „Curbing Pain Prescriptions Won't Reduce Overdoses. More Drug Treatment Will", *Guardian,* 26 martie 2016, www.theguardian.com/commentisfree/2016/mar/29/prescription-drug-abuse-addiction-treatment-painkiller.
51. Arthur Aron și alții, „Reward, Motivation, and Emotion Systems Associated with Early-Stage Intense Romantic Love", *Journal of Neurophysiology* 94, nr. 1 (1 iulie 2005), 327-337; vedeți și: Helen Fisher, „Love Is Like Cocaine", *Nautilus*, 4 februarie 2016, nautil.us/issue/33/attraction/love-is-like-cocaine. Vedeți și: Richard A. Friedman, „I Heart Unpredictable Love", *New York Times,* 2 noiembrie 2012, www.nytimes.com/2012/11/04/opinion/sunday/i-heart-unpredictable-love.html; Helen Fisher, Arthur Aron, and Lucy L. Brown, „Romantic Love: An fMRI Study of a Neural Mechanism for Mate Choice", *Journal of Comparative Neurology* 493 (2005): 58-62.
52. Informațiile despre Peele provin dintr-un interviu cu Peele și trei cărți: Stanton Peele și Archie Brodsky, *Love and Addiction* (New York: Taplinger, 1975); Stanton Peele, *The Meaning of*

Addiction: An Unconventional View (Lexington, MA: Lexington Books, 1985); Stanton Peele și Archie Brodsky, cu Mary Arnold, *The Truth about Addiction and Recovery: The Life Process Program for Outgrowing Destructive Habits* (New York: Fireside, 1991).

53. Isaac Marks, „Behavioural (Non-chemical) Addictions", *British Journal of Psychiatry* 85, nr. 11 (noiembrie 1990): 1389-1394.
54. Asociația Americană pentru Psihiatrie, *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (a 5-a ediție) (Washington, DC: American Psychiatric Publishing, 2013).
55. Informațiile despre Rylander și *punding* sunt extrase din interviuri cu Andrew Lawrence și Kent Berridge; vedeți și: Andrew D. Lawrence, Andrew H. Evans și Andrew J. Lees, „Compulsive Use of Dopamine Replacement in Parkinson's Disease: Reward Systems Gone Awry?", *Lancet: Neurology* 2, nr. 10 (octombrie 2003): 595-604; A.H. Evans și alții, „Punding in Parkinson's Disease: Its Relation to the Dopamine Dysregulation Syndrome", *Movement Disorders* 19, nr. 4 (aprilie 2004): 397-405; Gösta Rylander, „Psychoses and the Punding and Choreiform Syndromes in Addiction to Central Stimulant Drugs", *Psychiatria, Neurologia, and Neurochirurgia* 75, nr. 3 (mai – iunie 1972): 203-12; H.H. Fernandez și J.H. Friedman, „Punding on L-Dopa", *Movement Disorders* 14, nr. 5 (septembrie 1999): 836-38; Kent C. Berridge, Isabel L. Venier și Terry E. Robinson, „Taste reactivity analysis of 6-Hydroxydopamine-Induced Aphasia: Implications for Arousal and Anhedonia Hypotheses of Dopamine Function", *Behavioral Neuroscience* 103, nr. 1 (februarie 1989): 36-45. Atât Berridge, cât și Lawrence au publicat zeci de lucrări despre creier și dependență; pentru mai multe, vedeți Berridge: lsa.umich.edu/psych/research&labs/berridge/Publications.htm;

Lawrence: psych.cf.ac.uk/contactsandpeople/academics/lawrence.php#publications.

56. Videoclipul cu Connolly discutând despre Parkinson și tratamentul bolii în emisiunea lui Conan O'Brien: teamcoco.com/video/billy-connolly-hobbit-hater.
57. Xianchi Dai, Ping Dong, Jayson S. Jia, „When Does Playing Hard to Get Increase Romantic Attraction?", *Journal of Experimental Psychology: General* 143, nr. 2 (aprilie 2014): 521-526.

CAPITOLUL 4: SCOPURI

58. J.W. Dunne, G.J. Hankey și R.H. Edis, „Parkinsonism: Upturned Walking Stick as an Aid to Locomotion", *Archives of Physical Medicine and Rehabilitation* 68, nr. 6 (iunie 1987): 380-381.
59. Eric J. Allen, Patricia M. Dechow, Devin G. Pope și George Wu, „Reference-Dependent Preferences: Evidence from Marathon Runners", *NBER Working Paper No. 20343*, iulie 2014, www.nber.org/papers/w20343.
60. Rob Bagchi, „50 Stunning Olympic Moments, No. 2: Bob Beamon's Great Leap Forward", *Guardian*, 23 noiembrie 2011, www.theguardian.com/sport/blog/2011/nov/23/50-stunning-olympic-bob-beamon.
61. Episodul cu Larson din *Press Your Luck* este discutat și transmis în timpul unui documentar cu titlul *Big Bucks: The Press Your Luck Scandal* (James P. Taylor Jr. [regizor], Game Show Network, 2003); povestea lui Larson se regăsește și în: Alan Bellows, „Who Wants to Be a Thousandaire?", Damn Interesting, 12 septembrie 2011, www.damninteresting.com/who-wants-to-be-a-thousandaire/; *This American Life*, „Million Dollar Idea", NPR, 16 iulie 2010, www.thisamericanlife.org/radio-archives/episode/412/million-dollar-idea.
62. Aceste căutări au fost făcute prin Ngram Viewer al Google: books. google.com/ngrams.

63. Thomas Jackson, Ray Dawson și Darren Wilson, „Reducing the Effect of Email Interruptions on Employees", *International Journal of Information Management* 23, nr. 1 (februarie 2003): 55-65.

64. Informațiile despre rolul e-mailurilor la locul de muncă sunt preluate din: Gloria J. Mark, Stephen Voida și Armand V. Cardello, „A Pace Not Dictated by Electrons: An Empirical Study of Work Without Email", *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computer Systems* (2012): 555-564; Megan Garber, „The Latest 'Ordinary Thing That Will Probably Kill You'? Email", *The Atlantic*, 4 mai 2012, www.theatlantic.com/technology/archive/2012/05/the-latest-ordinary-thing-that-will-probably-kill-you-email/256742/; Joe Pinsker, „Inbox Zero vs. Inbox 5,000: A Unified Theory", *The Atlantic*, 27 mai 2015, www.theatlantic.com/technology/archive/2015/05/why-some-people-cant-stand-having-unread-emails/394031/; Stephen R. Barley, Debra E. Myerson și Stine Grodal, „E-mail as a Source and Symbol of Stress", *Organization Science* 22, nr. 4 (iulie-august 2011): 887-906; Mary Czerwinski, Eric Horvitz și Susan Wilhite, „A Diary Study of Task Switching and Interruptions", *Proceedings of the Special Interest Group on Computer-Human Interaction Conference on Human Factors in Computer Systems* (2004): 175-182; Laura A. Dabbish și Robert E. Kraut, „Email Overload at Work: An Analysis of Factors Associated with Email Strain", *Proceedings of the Association for Computing Machinery Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* (2011): 431-440; Chuck Klosterman, „My Zombie, Myself: Why Modern Life Feels Rather Undead", *New York Times*, 3 decembrie 2010, www.nytimes.com/2010/12/05/arts/television/05zombies.html; Karen Renaud, Judith Ramsay și Mario Hair, „«*You've* Got E-Mail!» . . . Shall *I* Deal with It Now? Electronic

Mail from the Recipient's Perspective", *International Journal of Human–Computer Interaction* 21, nr. 3 (2006): 313-332.

65. Informații din intrviuri cu Schreiber și Sim și din cartea lui Schreiber: Katherine Schreiber, *The Truth about Exercise Addiction* (New York: Rowman & Littlefield Publishers, 2015).
66. Site-ul asociației Running Streak: www.runeveryday.com/; lista alergătorilor activi: www.runeveryday.com/lists/USRSA-Active-List.html; vedeți și: Katherine Dempsey, „The People Who Can't Not Run", *The Atlantic*, 4 iunie 2014, www.theatlantic.com/health/archive/2014/06/streakers-in-sneakers/371347/; Kevin Helliker, „These Streakers Resolve to Run Every Day of the Year", *Wall Street Journal*, 1 ianuarie 2015, www.wsj.com/articles/these-streakers-resolve-to-run-every-day-of-the-year-1419986806.
67. Oliver Burkeman, „Want to Succeed? You Need Systems, Not Goals", *The Guardian*, 7 noiembrie 2014, www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/nov/07/systems-better-than-goals-oliver-burkeman. Vedeți și: Scott Adams, *How to Fail at Everything and Still Win Big: Kind of the Story of My Life* (New York: Portfolio, 2014).
68. Informații despre Polk obținute dintr-un interviu cu Polk și din editorialul lui: Sam Polk, „For the Love of Money", *New York Times*, 14 ianuarie 2014, www.nytimes.com/2014/01/19/opinion/sunday/for-the-love-of-money.html.

CAPITOLUL 5: FEEDBACK

69. Turner Benelux, „A Dramatic Surprise on a Quiet Square", YouTube, 11 aprilie 2012, www.youtube.com/watch?v=316AzLYfAzw; vedeți și: Laura Stampler, „How TNT Made the Biggest Viral Ad of the Year – in Belgium", Business Insider, 15 mai 2012, www.businessinsider.com/how-a-belgian-agency-made-one-of-the-most-viral-v

ideos-of-this-year-2012-5; Anthony Wing Kosner). „«Push to Add Drama» Video: Belgian TNT Advert Shows Virality of Manipulated Gestures", *Forbes,* 12 aprilie 2012, www.forbes.com/sites/anthonykosner/2012/04/12/push-to-add-drama-video-belgian-tnt-advert-showsvirality-of-manipulated-gestures/#850725448o3b.

70. Versiunea arhivată a paginii dedicate farsei „The Button" încă era online în mai 2016: https://www.reddit.com/r/thebutton; mai multe informații de pe blogul Reddit: www.redditblog.com/2015/06/the-button-has-ended.html; de exemplu, vedeți și: Julianne Pepitone, „Reddit Explains the Mystery Behind 'The Button'", NBC, 9 iunie 2015, www.nbcnews.com/tech/Internet/reddit-button-n357841; Alex Hern, „Reddit's Mysterious Button Experiment is Over", *Guardian,* 8 iunie 2015, www.theguardian.com/technology/2015/jun/08/reddits-mysterious-button-experiment-is-over; Rich McCormick, „How Reddit's Mysterious April Fools' Button Inspired Religions and Cults", The Verge, 9 iunie 2015, www.theverge.com/2015/6/9/8749897/reddit-april-fools-the-button-experiment-end.

71. Michael D. Zeiler, „Fixed-Interval Behavior: Effects of Percentage Reinforcement", *Journal of the Experimental Analysis of Behavior* 17, nr. 2 (martie 1972): 177-189. Vedeți și: Michael D. Zeiler, „Fixed and Variable Schedules of Response-Independent Reinforcement", *Journal of the Experimental Analysis of Behavior* 11, nr. 4 (iulie 1968): 405-414.

72. Vedeți, de exemplu: Jason Kincaid, „Facebook Activates «Like» Button; Friend Feed Tires of Sincere Flattery", TechCrunch, 9 februarie 2009, techcrunch.com/2009/02/09/facebook-activates-like-button-friendfeed-tires-of-sincere-flattery/; M.G. Siegler, „Facebook: We'll Serve 1 Billion Likes on the Web in Just 24 Hours", TechCrunch, 21 aprilie 2010, techcrunch.

com/2010/04/21/facebook-like-button/; Erick Schonfeld, „Zuckerberg: «We Are Building a Web Where the Default Is Social»", TechCrunch, 21 aprilie 2010, techcrunch.com/2010/04/21/zuckerbergs-buildin-web-default-social/.

73. Vedeți mai multe despre Chawla și despre aplicația Lovematically pe pagina principală a platformei: fueled.com/lovematically/. Zeci de surse au scris despre scurta ascensiune și cădere a lui Lovematically, de exemplu: Brendan O'Connor, „Lovematically: The Social Experiment That Instagram Shut Down after Two Hours", The Daily Dot, 17 februarie 2014, www.dailydot.com/technology/lovematically-auto-like-instagram-shut-down/; Jeff Bercovici, „Instagram App Lovematically Highlights, and Hijacks, the Power of the «Like»", *Forbes*, 14 februarie 2014, www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/14/instagram-app-lovematically-highlights-and-hijacks-the-power-of-the-like/#329d9c1b64b6; Lance Ulanoff, „Why I Flooded Instagram with Likes", Mashable, 14 februarie 2014, mashable.com/2014/02/14/lovematically-instagram/.
74. Puteți să jucați Sign of the Zodiac aici (dar să aveți grijă să vă scoateți întâi din agendă orice aveți planificat în următoarele ore): www.freeslots.co.uk/sign-of-the-zodiac/index.htm.
75. Cartea grozavă a lui: Natasha Dow Schüll, *Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 2013).
76. Mike Dixon și alții, „Losses Disguised As Wins in Modern Multi-Line Video Slot Machines", *Addiction* 105, nr. 10 (octombrie 2010): 1819-1824.
77. Arhiva de jocuri a lui Foddy poate fi găsită aici: www.foddy.net/.
78. Vedeți, de exemplu: Joe White, „Freemium App Candy Crush Saga Earns a Record-Breaking $633,000 Each Day", AppAdvice 9 iulie 2013, appadvice.com/appnn/2013/07/

freemium-app-candy-crush-saga-earns-a-record-breaking-633000-each-day; Andrew Webster, „Half a Billion People Have Installed «Candy Crush Saga»", The Verge, 5 noiembrie 2013, www.theverge.com/2013/11/15/5107794/candy-crush-saga-500-million-downloads; Victoria Woollaston, „Candy Crush Saga Soars above Angry Birds to Become World's Most Popular Game", *Daily Mail* Online, 14 mai 2013, www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2324228/Candy-Crush-Saga-overtakes-Angry-Birds-WORLDS-popular-game.html; Mark Walton, „Humanity Weeps As Candy Crush Saga Comes Preinstalled with Windows 10", Ars Technica, 15 mai 2015, arstechnica.com/gaming/2015/05/humanity-weeps-as-candy-crush-saga-comes-pre-installed-with-windows-10/; Michael Harper, „Candy Crush Particularly Addictive – and Expensive – for Women", Redorbit, 21 octombrie 2013, www.redorbit.com/news/technology/1112980142/candy-crush-addictive-for-women-102113/; Hayden Manders, „Candy Crush Saga Is Virtual Crack to Women", Refinery29, 17 octombrie 2013, www.refinery29.com/2013/10/55594/candy-crush-addiction.

79. Michael M. Barrus și Catharine A. Winstanley, „Dopamine D3 Receptors Modulate the Ability of Win-Paired Cues to Increase Risky Choice in a Rat Gambling Task", *Journal of Neuroscience* 36, nr. 3 (ianuarie 2016): 785-794; K.G. Orphanides, „Scientists Built a 'Rat Casino' and It Made Rodents Riskier Gamblers", wired.co.uk, 21 ianuarie 2016, www.wired.co.uk/news/archive/2016-01/21/rat-casino-light-sound-gambling-risk; video of Barrus and Winstanley describing their results: ubbpublicaffairs, „UBC «Rat Casino» Providing Insight into Gambling Addiction", YouTube, 18 ianuarie 2016, www.youtube.com/watch?v=6PxGnk62wGA.

80. Despre realitatea virtuală și Oculus: Sophie Curtis, „Oculus VR: The $2bn Virtual Reality Company That Is Revolutionising Gaming", *Telegraph*, 26 martie 2014, www.telegraph.co.uk/technology/video-games/video-game-news/10723562/Oculus-VR-the-2bn-virtual-reality-company-that-is-revolutionising-gaming.html; anunțul lui Mark Zuckerberg de pe Facebook referitor la achiziția Oculus VR: www.facebook.com/zuck/posts/10101319050523971; Jeff Grubb, „Oculus Founder: Rift VR Headset Is «Fancy Wine»; Google Cardboard Is «Muddy Water»", VentureBeat, 24 decembrie 2015, venturebeat.com/2015/12/24/oculus-founder-rift-vr-headset-is-fancy-wine-google-cardboard-is-muddy-water/; Stuart Dredge, „Three Really Real Questions about the Future of Virtual Reality", *Guardian*, www.theguardian.com/technology/2016/jan/07/virtual-reality-future-oculus-rift-vr.
81. The Bill Simmons Podcast, „Ep. 95: Billionaire Investor Chris Sacca", The Ringer, 28 aprilie 2016, soundcloud.com/the-bill-simmons-podcast/ep-95-billionaire-investor-chris-sacca.
82. Emily Balcetis și David Dunning, „See What You Want to See: Motivational Influences on Visual Perception", *Journal of Personality and Social Psychology* 91, (2006): 612-625.
83. Rich Moore (regizor), *Familia Simpson*, „Homer's Night Out", 20th Century Fox Television, Episodul 10, 25 martie 1990.

CAPITOLUL 6: PROGRES

84. Mai multe despre Miyamoto și Super Mario Bros.: pagina de Wikia a jocului Super Mario Bros.: nintendo.wikia.com/wiki/Super_Mario_Bros.; Gus Turner, „Playing «Super Mario Bros.» Can Teach You How to Design the Perfect Video Game", Complex, 5 iunie 2014, www.complex.com/Pop-Culture/2014/06/Playing-Super-Mario-Bros-Teaches-You-How-To-

Design-The-Perfect-Video-Game; videoclipul care explică elementele care fac din Super Mario Bros. un joc atât de captivant: Extra Credits, „Design Club: Super Mario Bros: Level 1-1 – How Super Mario Mastered Level Design", YouTube, 5 iunie 2014, www.youtube.com/watch?v=ZH2wGpEZVgE; NPR Staff, „Q&A: Shigeru Miyamoto on the Origins of Nintendo's Famous Characters", NPR: All Tech Considered, 19 iunie 2015, www.npr.org/sections/alltechconsidered/2015/06/19/415568892/q-a-shigeru-miyamoto-on-the-origins-of-nintendos-famous-characters.

85. Mai multe despre jocul Dollar Auction Game al lui Shubik: Martin Shubik, „The Dollar Auction Game: A Paradox in Noncooperative Behavior and Escalation", *Journal of Conflict Resolution* 15, nr. 1 (martie 1971): 109-111.
86. Evaluările din Consumer Reports pentru acele site-uri: www.consumerreports.org/cro/2011/12/with-penny-auctions-you-can-spend-a-bundle-but-still-leave-empty-handed/index.htm.
87. Citatul lui Miyamoto despre propria sa filozofie: Chris Johnston și echipa Gamespot, „Miyamoto Talks Dolphin at Space World", *Gamespot*, 27 aprilie 2000, www.gamespot.com/articles/miyamoto-talks-dolphin-at-space-world-and14599/1100-2460819/.
88. Mai multe despre Adam Saltsman am aflat dintr-un interviu; dar și din Adam Saltsman, „Contrivance and Extortion: In-App Purchases & Microtransactions", Gamasutra, 18 octombrie 2011, www.gamasutra.com/blogs/AdamSaltsman/20111018/8685/Contrivance_and_Extortion_InApp_Purchases__Microtransactions.php.
89. H. Popkin, „Kim Kardashian and Her In-App Purchases Must Be Stopped!", Readwrite, 24 iulie 2014, readwrite.com/2014/07/24/free-mobile-games-in-app-purchases-addiction-predatory/ (pagina nu mai există); Maya Kosoff, „Kim Kardashian's

Mobile Game Won't Make Nearly As Much Money As Analysts Predicted", *Business Insider*, 13 ianuarie 2015, www.businessinsider.com/kim-kardashian-hollywood-mobile-game-wont-make-200-million-2015-1; Milo Yiannopoulos, „I Am Powerless to Resist the Kim Kardashian App – So I Had to Uninstall It", *Business Insider*, 25 iulie 2014, www.businessinsider.com/kim-kardashian-app-addicting-2014-7; Tracie Egan Morrissey, „Oh God, I Spent $494.04 Playing the Kim Kardashian Hollywood App", Jezebel, 1 iulie 2014, http://jezebel.com/oh-god-i-spent-494-04-playing-the-kim-kardashian-holl-1597154346.

90. Adam Alter, David Berri, Griffin Edwards și Heather Kappes, „Hardship Inoculation Improves Performance but Dampens Motivation", manuscris nepublicat (2016).
91. Nick Yee și-a luat doctoratul concentrându-se pe științe sociale și jocuri la Stanford; el include norocul începătorului printre cei mai importanți factori care susțin comportamentele repetate în lumea jocurilor. Vedeți: www.nickyee.com/ și www.nickyee.com/hub/addiction/attraction.html.
92. Simon Parkin, „Don't Stop: The Game That Conquered Smartphones", *New Yorker*, 7 iunie 2013, www.newyorker.com/tech/elements/dont-stop-the-game-that-conquered-smartphones.
93. Dan Fletcher, „The 50 Worst Inventions – No. 9: FarmVille", *Time*, 27 mai 2010, content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1991915_1991909_1991768,00.html.
94. Mai multe informații despre centrul lui Young puteți găsi aici: netaddiction.com/.

CAPITOLUL 7: CREȘTERE PROGRESIVĂ

95. Timothy D. Wilson și alții, „Just Think: The Challenges of the Disengaged Mind", *Science* 345, nr. 6192 (iulie 2014): 75-77.

96. Despre Pajitnov și Tetris: Jeffrey Goldsmith, „This Is Your Brain on Tetris", *Wired*, 1 mai 1994, archive.wired.com/wired/archive/2.05/tetris.html; Laurence Dodds, „The Healing Power of Tetris Has Its Dark Side", *Telegraph*, 7 iulie 2015, www.telegraph.co.uk/technology/video-games/11722064/The-healing-power-of-Tetris-has-its-dark-side.html; Guinness World Records, „First Videogame to Improve Brain Functioning and Efficiency: Tetris", n.d., www.guinnessworldrecords.com/world-records/first-video-game-to-improve-brain-functioning-and-efficiency; Richard J. Haier și alții, „Regional Glucose Metabolic Changes after Learning a Complex Visuospatial/Motor Task: A Positron Emission Tomographic Study", *Brain Research* 570, nr. 1-2 (ianuarie 1992): 134-143; Mark Yates, „What Are the Benefits of Tetris?", BBC, 3 septembrie 2009, news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/8233850.stm; un documentar despre Pajitnov și originile jocului Tetris: OBZURV, „Tetris! The Story of the Most Popular Video Game", YouTube, 3 iunie 2015, www.youtube.com/watch?v=8yeSnoYHmPc; Robert Stickgold și alții, „Replaying the Game: Hypnagogic Images in Normals and Amnesics", *Science* 290, nr. 5490 (octombrie 2000): 350-353; Emily A. Holmes, Ella L. James, Thomas Coode-Bate și Catherine Deeprose, „Can Playing the Computer Game «Tetris» Reduce the Build-Up of Flashbacks for Trauma? A Proposal from Cognitive Science", *Plos One* 4, 7 ianuarie 2009, e4153.

97. Michael I. Norton, Daniel Mochon și Dan Ariely, „The «IKEA Effect»: When Labor Leads to Love", *Journal of Consumer Psychology* 22, nr. 3 (iulie 2012): 453-60; vedeți și: Dan Ariely, Emir Kamenica și Dražen Prelec, „Man's Search for Meaning: The Case of Legos", *Journal of Economic Behavior and Organization* 67 (2008): 671-677.

98. Despre Vîgotski și Csikszentmihalyi: L.S. Vygotsky, *Mind in Society: Development of Higher Psychological Processes* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1978); Mihaly Csikszentmihalyi, *Flow: The Psychology of Optimal Experience* (New York: Harper & Row, 1990) [Carte disponibilă în limba română cu titlul *Flux. Psihologia fericirii* și apărută în 2015 la Editura Publica, tradusă de Monica Lungu (n.t.)]; Fausto Massimini, Mihaly Csikszentmihalyi și Massimo Carli, „The Monitoring of Optimal Experience: A Tool for Psychiatric Rehabilitation", *Journal of Nervous and Mental Disease* 175, nr. 9 (septembrie 1987): 545-549.
99. Echipa IGN, „PC Retroview: Myst", *IGN*, 1 august 2000, www.ign.com/articles/2000/08/01/pc-retroview-myst.
100. Informațiile din această secțiune sunt adunate dintr-un interviu cu Bennett Foddy și următoarele referințe: J.C. Fletcher, „Terry Cavanagh Goes Inside Super Hexagon", Engadget, 9 septembrie 2012, www.engadget.com/2012/09/21/terry-cavanagh-goes-inside-super-hexagon; videoclipul care îl înfățișează pe Terry Cavanagh în timp ce termină cu succes ultimul nivel imposibil de rapid din Super Hexagon la o conferință despre jocuri: Fantastic Arcade, „Terry Cavanagh Completes Hyper Hexagonest Mode in Super Hexagon on Stage (78:32)", YouTube, 21 septembrie 2012, www.youtube.com/watch?v=JJ96olZr8DE.
101. În 2015, două profesoare de marketing au publicat o lucrare despre aproape-câștiguri: Monica Wadhwa și JeeHye Christine Kim, „Can a Near Win Kindle Motivation? The Impact of Nearly Winning on Motivation for Unrelated Rewards", *Psychological Science* 26 (2015): 701-708; vedeți și: Gyozo Kurucz și Attila Körmendi, „Can We Perceive Near Miss? An Empirical Study", *Journal of Gambling Studies* 28, nr. 1 (februarie 2011): 105-111.

102. Luați în calcul că este legală modificarea felului în care sunt prezentate pierderile, așa că un aproape-câștig este la fel de legal ca o pierdere netă.
103. Vedeți: Paco Underhill, *Why We Buy: The Science of Shopping* (New York: Simon and Schuster, 1999).
104. Vedeți, de exemplu: J. Etkin, „The Hidden Cost of Personal Quantification", *Journal of Consumer Research*, în curs de apariție).
105. Referitor la munca în exces și karoshi, vedeți: Daniel S. Hamermesh și Elena Stancanelli, „Long Workweeks and Strange Hours", *Industrial and Labor Relations Review* (în curs de apariție); Christopher K. Hsee, Jiao Zhang, Cindy F. Cai și Shirley Zhang, „Overearning", *Psychological Science* 24 (2013): 852-59; Lauren F. Friedman, „Here's Why People Work Like Crazy, Even When They Have Everything They Need", *Business Insider*, 10 iulie 2014, www.businessinsider.com/why-people-work-too-much-2014-7; International Labour Organization, „Case Study: Karoshi: Death from Overwork", *International Labour Relations*, 23 aprilie 2013, www.ilo.org/safework/info/publications/WCMS_211571/lang-en/index.htm; Echipa China Post, „Overwork Confirmed to Be Cause of Nanya Engineer's Death", *China Post*, 15 octombrie 2011, www.chinapost.com.tw/taiwan/national/national-news/2011/03/15/294686/Overwork-confirmed.htm.
106. Dražen Prelec și Duncan Simester, „Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Effect on Willingness to Pay", *Marketing Letters* 12, nr. 1 (2001): 5-12; vedeți și: Dražen Prelec și George Loewenstein, „The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt", *Marketing Science* 17, nr. 1 (1998): 4-28.

CAPITOLUL 8: SUSPANS

107. Reacțiile față de finalul filmului *The Italian Job*, de pe platforma consacrată Internet Movie Database: www.imdb.com/title/tt0064505/reviews.

108. Informații despre Bluma Zeigarnik și despre efectul care îi poartă numele: A.V. Zeigarnik, „Bluma Zeigarnik: A Memoir", *Gestalt Theory* 29, nr. 3 (8 decembrie 2007): 256-268; Bluma Zeigarnik, „On Finished and Unfinished Tasks", în *A Source Book of Gestalt Psychology,* W.D. Ellis, ed., (New York: Harcourt, Brace, and Company, 1938), 300-14; Colleen M. Seifert și Andrea L. Patalano, „Memory for Incomplete Tasks: A Re-Examination of the Zeigarnik Effect", în *Proceedings of the Thirteenth Annual Conference of the Cognitive Science Society* (Mahwah, NJ: Erlbaum, 1991), 114-119.

109. Dan Charnas, „The Song That Never Ends: Why Earth, Wind & Fire's «September» Sustains", NPR, 19 septembrie 2014, www.npr.org/2014/09/19/349621429/the-song-that-never-ends-why-earth-wind-fires-september-sustains; interviul cu Verdine White despre melodie și popularitatea lui „September" este disponibil pe platforma Songfacts: www.songfacts.com/blog/interviews/verdine_white_of_earth_wind_fire/.

110. Despre *Serial* și *Making a Murderer*: Louise Kiernan, „«Serial» Podcast Producers Talk Storytelling, Structure and If They Know Whodunnit", Nieman Storyboard, 30 octombrie 2014, http://niemanstoryboard.org/stories/serial-podcast-producers-talk-storytelling-structure-and-if-they-know-whodunnit/; Jeff Labrecque, „«Serial» Podcast Makes Thursdays a Must-Listen Event", *Entertainment Weekly*, 30 octombrie 2014, www.ew.com/article/2014/10/30/serial-podcast-thursdays; Josephine Yurcaba, „This American Crime: Sarah Koenig on Her Hit Podcast 'Serial'", *Rolling Stone*, 24 octombrie 2014, www.rollingstone.com/culture/features/

sarah-koenig-on-serial-20141024; Maria Elena Fernandez, „«Serial»: The Highly Addictive Spinoff Podcast of «This American Life»", NBC News, 30 octombrie 2014, www.nbcnews.com/pop-culture/viral/serial-highly-addictive-spinoff-podcast-american-life-n235751; John Boone, „The 13 Stages of Being Addicted to «Serial»", ET Online, 12 noiembrie 2014, www.etonline.com/news/153862_the_13_stages_of_being_addicted_to_serial/; Yoni Heisler, „«Making a Murderer» Is the Most Addictive Show Netflix Has Ever Released", Yahoo Tech, 14 ianuarie 2016, www.yahoo.com/tech/making-murderer-most-addictive-show-netflix-ever-released-143343536.html.

111. James Greenberg, „This Magic Moment", Directors Guild of America, primăvara 2015, www.dga.org/Craft/DGAQ/All-Articles/1502-Spring-2015/Shot-to-Remember-The-Sopranos.aspx; Alan Sepinwall, „David Chase Speaks!", NJ.com, 11 iunie 2007, blog.nj.com/alltv/2007/06/david_chase_speaks.html; Maureen Ryan, „Are You Kidding Me? That Was the Ending of «The Sopranos»?", *Chicago Tribune*, 10 iunie 2007, featuresblogs.chicagotribune.com/entertainment_tv/2007/06/are_you_kidding.html.

112. Gregory S. Berns, Samuel M. McClure, Giuseppe Pagnoni și P. Read Montague, „Predictability Modulates Human Brain Response to Reward", *Journal of Neuroscience* 21, nr. 8 (aprilie 2001): 2793-2798. Vedeți și: Gregory S. Berns, *Satisfaction: The Science of Finding True Fulfillment* (New York: Henry Holt & Co., 2005).

113. Tara Parker-Pope, „This Is Your Brain at the Mall: Why Shopping Makes You Feel So Good", *Wall Street Journal*, 6 decembrie 2005, online.wsj.com/ad/article/cigna/SB113382650575214543.html; Amanda M. Fairbanks, „Gilt Addicts Anonymous: The Daily Online Flash Sale Fixation",

Huffington Post, 22 decembrie 2011, www.huffingtonpost.com/2011/12/22/gilt-shopping-addiction_n_1164035.html; Elaheh Nozari, „Inside the Facebook Group for People Addicted to QVC", The Kernel, 31 ianuarie 2016, kernelmag.dailydot.com/issue-sections/headline-story/15703/qvc-shopping-addiction-facebook-group/; articolele de pe blogul lui Darleen Meier: darlingdarleen.com/2010/12/gilt-addic/, darlingdarleen.com/2010/10/gi/; mesajele scrise de Cassandra, o altă dependentă de Gilt: forum.purseblog.com/general-shopping/woes-of-a-gilt-addict-should-i-ban-658398.html.

114. Eric J. Johnson și Daniel Goldstein, „Do Defaults Save Lives?", *Science*, 302, nr. 5649 (noiembrie 2003): 1338-1339.

115. Cercetarea făcută de Netflix referitor la vizionare compulsivă: Kelly West, „Unsurprising: Netflix Survey Indicates People Like to Binge-Watch TV", CinemaBlend, 2014, www.cinemablend.com/television/Unsurprising-Netflix-Survey-Indicates-People-Like-Binge-Watch-TV-61045.html.

116. John Koblin, „Netflix Studied Your Binge-watching Habit. That Didn't Take Long", *New York Times*, 8 iunie 2016, www.nytimes.com/2016/06/09/business/media/netflix-studied-your-binge-watching-habit-it-didnt-take-long.html; „Netflix & Binge: New Binge Scale Reveals TV Series We Devour and Those We Savor", Netflix, 8 iunie 2016, media.netflix.com/en/press-releases/netflix-binge-new-binge-scale-reveals-tv-series-we-devour-and-those-we-savor-1.

CAPITOLUL 9: INTERACȚIUNI SOCIALE

117. Despre traseele divergente urmate de Instagram și Hipstamatic: Shane Richmond, „Instagram, Hipstamatic, and the Mobile Technology Movement", *Telegraph*, 19 august 2011, www.telegraph.co.uk/technology/news/8710979/Instagram-Hipstamatic-and-the-mobile-photography-movement.html;

Marty Yawnick, „Q&A: Hipstamatic: The Story Behind the Plastic App with the Golden Shutter", Life in Lofi, 7 ianuarie 2010, lifeinlofi.com/2010/01/07/qa-hipstamatic-the-story-behind-the-plastic-app-with-the-golden-shutter/; Marty Yawnick, „News: Wausau City Pages Uncovers the Real Hipstamatic Backstory?", Life in Lofi, 23 decembrie 2010, lifeinlofi.com/2010/12/23/news-wausau-city-pages-uncovers-the-real-hipstamatic-backstory/; „istoricul" (posibil inventat) din spatele Hipstamatic și aparatul foto original Hipstamatic 100: history.hipstamatic.com/; Libby Plummer, „Hipstamatic: Behind the Lens", Pocket-lint, 16 noiembrie 2010, www.pocket-lint.com/news/106994-hipstamatic-iphone-app-android-interview. Fotografiile lui Damon Winter care au contribuit la ascensiunea Instagram la începuturi: James Estrin, „Finding the Right Tool to Tell a War Story", *New York Times*, 21 noiembrie, 2010, lens.blogs.nytimes.com/2010/11/21/finding-the-right-tool-to-tell-a-war-story/; Katherine Rushton, „Who's Getting Rich from Facebook's $1bn Instagram deal?", *Telegraph*, 10 aprilie 2012, www.telegraph.co.uk/technology/facebook/9195380/Whos-getting-rich-from-Facebooks-1bn-Instagram-deal.html; un articol excelent despre cum i-a afectat pe fondatorii dezamăgiți ai Hipstamatic achiziția Instagram de către Facebook: Nicole Carter și Andrew MacLean, „The Photo App Facebook Didn't Buy: Hipstamatic", Inc.com, 12 aprilie 2012, www.inc.com/nicole-carter-and-andrew-maclean/photo-app-facebook-didnt-buy-hipstamatic.html; Joanna Stern, „Facebook Buys Instagram for $1 Billion", ABCNews.com, 9 aprilie 2012, abcnews.go.com/blogs/technology/2012/04/facebook-buys-instagram-for-1- billion/.

118. David Dunning, *Self-Insight: Roadblocks and Detours on the Path to Knowing Thyself* (New York: Psychology Press, 2005); David Dunning, Judith A. Meyerowitz și Amy D. Holzberg,

„Ambiguity and Self-Evaluation: The Role of Idiosyncratic Trait Definitions in Self-Serving Assessments of Ability", *Journal of Personality and Social Psychology* 57, nr. 6 (decembrie 1989): 1082-1090.

119. Roy F. Baumeister, Ellen Bratslavsky, Catrin Finkenauer și Kathleen D. Vohs, „Bad Is Stronger Than Good", *Review of General Psychology* 5, nr. 4 (2001): 323-370; Mark D. Pagel, William W. Erdly și Joseph Becker, „Social Networks: We Get By with (and in Spite of) a Little Help from Our Friends", *Journal of Personality and Social Psychology* 53, nr. 4 (octombrie 1987): 793-804; John F. Finch și alții, „Positive and Negative Social Ties among Older Adults: Measurement Models and the Prediction of Psychological Distress and Well-Being", *American Journal of Community Psychology* 17, nr. 5 (octombrie 1989): 585-605; Brenda Major și alții, „Mixed Messages: Implications of Social Conflict and Social Support Within Close Relationships for Adjustment to a Stressful Life Event", *Journal of Personality and Social Psychology* 72, nr. 6 (iunie 1997): 1349-1363; Amiram D. Vinokur și Michelle van Ryn, „Social Support and Undermining in Close Relationships: Their Independent Effects on the Mental Health of Unemployed Persons", *Journal of Personality and Social Psychology* 65, nr. 2 (1993): 350-359; Hans Kreitler și Shulamith Kreitler, „Unhappy Memories of the «Happy Past»: Studies in Cognitive Dissonance", *British Journal of Psychology* 59, nr. 2 (mai 1968): 157-166; Mark R. Leary, Ellen S. Tambor, Sonja K. Terdal și Deborah L. Downs, „Self-Esteem As an Interpersonal Monitor: The Sociometer Hypothesis", *Journal of Personality and Social Psychology 68,* nr. 3 (1995): 518-530.

120. Elle Hunt, „Essena O'Neill Quits Instagram Claiming Social Media «Is Not Real Life»", *Guardian*, 3 noiembrie 2015, www.theguardian.com/media/2015/nov/03/

instagram-star-essena-oneill-quits-2d-life-to-reveal-true-story-behind-images; Megan Mc-Cluskey, „Instagram Star Essena O'Neill Breaks Her Silence on Quitting Social Media", *Time*, 5 ianuarie 2015, time.com/4167856/essena-oneill-breaks-silence-on-quitting-social-media/; O'Neill vorbește despre punctul ei de vedere în acest videoclip: Essena O'Neill, „Essena O'Neill – Why I REALLY Am Quitting Social Media", YouTube, 3 noiembrie 2015, www.youtube.com/watch?v=gmAbwTQvWX8.

121. Despre Hot or Not și fondatorii lui: Alexia Tsotsis, „Facemash.com, Home of Zuckerberg's Facebook Predecessor, for Sale", TechCrunch, 5 octombrie 2010, techcrunch.com/2010/10/05/facemash-sale/; Alan Farnham, „Hot or Not's Co-Founders: Where Are They Now?", ABCNews.com, 2 iunie 2014, abcnews.go.com/Business/founders-hot-today/story?id=23901082; David Pescovitz, „Cool Alumni: HOTorNOT.com Founders James Hong and Jim Young", *Lab Notes*, 1 octombrie 2004, coe.berkeley.edu/labnotes/1004/coolalum.html; Liz Gannes, „Hot or Not Creator James Hong Doesn't Care If He Strikes It Rich or Not with New App", Recode.net, 21 noiembrie 2014. recode.net/2014/11/21/james-hong-doesnt-want-to-be-a-billionaire-but-he-does-want-you-to-think-hes-relevant/.

122. Manitou2121 adăugase următoarea mențiune sub imaginile sale compozite de pe Hot or Not: „Aceste femei nu există. Fiecare este un amestec de aproximativ 30 de chipuri, amestec pe care l-am creat pentru a descoperi actualele standarde de frumusețe de pe internet. Pe site-ul popular Hot or Not lumea evaluează cât de atrăgători sunt alții pe o scală de la 1 la 10. Un scor mediu bazat pe sute sau chiar mii de evaluări individuale se formează doar în câteva zile. Eu am luat niște poze de pe site, le-am ordonat după scor și am folosit SquirlzMorph pentru a crea compoziții unitare din seriile de imagini. Spre

deosebire de proiecte ca Face of Tomorrow sau Beauty Check, unde subiecții sunt pozați pentru respectivul scop, portretele sunt neclare pentru că imaginile-sursă au rezoluții mici și există între ele diferențe de postură, coafuri, ochelari etc., la care se adaugă faptul că nu am putut să folosesc decât 36 de puncte de control pentru chipurile contopite. Ce concluzie am tras despre frumusețe din aceste chipuri virtuale? Întâi, că imaginile contopite tind să fie mai drăguțe decât sursele, pentru că asimetriile chipurilor și imperfecțiunile pielii se pierd în medie. Totuși imaginile cu scoruri mici arată că grăsimea nu este atrăgătoare. Scorurile înalte tind să aibă chipuri mai înguste. Vă las pe voi să găsiți mai multe diferențe și să faceți ceva similar pentru bărbați", commons.wikimedia.org/wiki/File: Hotornot_comparisons_manitou2121.jpg.

123. Marilynn B. Brewer, „The Social Self: On Being the Same and Different at the Same Time", *Personality and Social Psychology Bulletin* 17, nr. 5 (octombrie 1991): 475-482; Marilynn B. Brewer și Sonia Roccas, „Individual Values, Social Identity, and Optimal Distinctiveness", în *Individual Self, Relative Self, Collective Self*, C. Sedikides & M. Brewer, eds. (Philadelphia, PA: Psychology Press, 2001), 219-37.

124. Multe dintre ideile lui Cash referitoare la importanța interacțiunilor față în față se regăsesc în: Thomas Lewis, Fari Amini și Richard Lannon, *A General Theory of Love* (New York: Random House, 2001).

125. Mai multe despre ideile lui Andy Doan și ambliopie: Andrew K. Przybylski, „Electronic Gaming and Psychosocial Adjustment", *Pediatrics*, 134, (2014): e716-e722; Colin Blakemore și Grahame F. Cooper, „Development of the Brain Depends on the Visual Environment", *Nature* 228 (octombrie 1970): 477-478; Wilder Penfield și Lamar Roberts, *Speech and Brain-Mechanisms* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 1959).

126. Detalii referitoare la studiu sunt disponibile pe site-ul iKeepSafe: ikeepsafe.org/be-a-pro/balance/too-much-time-online/.

CAPITOLUL 10: CUM SĂ ELIMINĂM DEPENDENȚELE DE LA BUN ÎNCEPUT

127. Despre experiment și literatura de specialitate referitoare la vara lui 2012: Yalda T. Uhls și alții, „Five Days at Outdoor Education Camp Without Screens Improves Preteen Skills with Nonverbal Emotion Cues", *Computers in Human Behavior* 39 (octombrie 2014): 387-92; Sandra L. Hofferth, „Home Media and Children's Achievement and Behavior", *Child Development* 81, nr. 5 (septembrie–octombrie 2010): 1598-1619; Internet World Stats: www.Internetworldstats.com/stats.htm; Victoria J. Rideout, Ulla G. Foehr și Donald F. Roberts, *Generation M2: Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds* (Menlo Park: CA: Kaiser Family Foundation, 2010); Amanda Lenhart, *Teens, Smartphones & Texting* (Washingon, DC: Pew Research Center, 2010); Jay N. Giedd, „The Digital Revolution and Adolescent Brain Evolution", *Journal of Adolescent Health* 51, nr. 2 (august 2012): 101-5; Stephen Nowicki și John Carton, „The Measurement of Emotional Intensity from Facial Expressions", *Journal of Social Psychology* 133, nr. 5 (noiembrie 1993): 749-50; Stephen Nowicki, *Manual for the Receptive Tests of the DANVA2*. Pentru mostre de itemi din testul DANVA, inclusiv varianta pentru adulți a testului, vedeți: psychology.emory.edu/labs/interpersonal/Adult/danva.swf.

128. Pentru acest capitol am citit zeci de raportări referitoare la expunerea copiilor la ecrane. Acestea nu explorau doar dacă ar trebui sau nu copiii să fie expuși la ecrane, ci și când ar trebui să înceapă această expunere, cât de multă era OK și cum ar trebui să fie prezentate ecranele. Printre aceste raportări și referințe se numără: Claire Lerner și Rachel Barr, „Screen Sense:

Setting the Record Straight", 2014, www.zerotothree.org/parenting-resources/screen-sense-setting-the-record-straight; uitați-vă în special la acest schimb din Huffington Post, schimb format dintr-un editorial care înfiera ecranele și două replici care au pus la îndoială și au clarificat editorialul original: Cris Rowan, „10 Reasons Why Handheld Devices Should Be Banned for Children under 12", Huffington Post, 6 martie 2014, m.huffpost.com/us/entry/10-reasons-whyhandheld-devices-should-be-banned_b_4899218.html, David Kleeman, „10 Reasons Why We Need Research Literacy, Not Scare Columns", Huffington Post, 11 martie 2014, www.huffingtonpost.com/david-kleeman/10-reasons-why-we-need-re_b_4940987.html, Lisa Nielsen, „10 Points Where the Research Behind Banning Handheld Devices in Children Is Flawed", Huffington Post, 24 martie 2014, www.huffingtonpost.com/lisa-nielsen/10-reasons-why-the-resear_b_5004413.html?1395687657; UserExperiencesWorks, „A Magazine Is an iPad That Does Not Work", YouTube, 6 octombrie 2011, www.youtube.com/watch?v=aXV-yaFmQNk; Academia americană de pediatrie, „Media and Children", 2015, www.aap.org/en-us/advocacy-and-policy/aap-health-initiatives/pages/media-and-children.aspx; Lisa Guernsey, „Common-Sense, Science-Based Advice on Toddler Screen Time", Slate, 13 noiembrie 2014, www.slate.com/articles/technology/future_tense/2014/11/zero_to_three_issues_common_sense_advice_on_toddler_screen_time.html; Farhad Manjoo, „Go Ahead, a Little TV Won't Hurt Him", Slate, 12 octombrie 2011, www.slate.com/articles/technology/technology/2011/10/how_much_tv_should_kids_watch_why_doctors_prohibitions_on_screen.html; Fundația Kaiser, „The Media Family: Electronic Media in the Lives of Infants, Toddlers, Preschoolers, and Their Parents", 2006, kaiserfamilyfoundation.files.wordpress.

com/2013/01/7500.pdf; Erika Hoff, „How Social Contexts Support and Shape Language Development", *Developmental Review* 26, nr. 1 (martie 2006): 55-88; Nancy Darling și Laurence Steinberg, „Parenting Style As Context: An Integrative Model", *Psychological Bulletin* 113, nr. 3 (1993): 487-96; Annie Bernier, Stephanie M. Carlson și Natasha Whipple, „From External Regulation to Self-Regulation: Early Parenting Precursors of Young Children's Executive Functioning", *Child Development* 81, nr. 1 (ianuarie 2010): 326-39; Susan H. Landry, Karen E. Smith și Paul R. Swank, „The Importance of Parenting During Early Childhood for School-Age Development", *Developmental Neuropsychology* 24, nr. 2-3 (2003): 559-591; Sarah Roseberry, Kathy Hirsh-Pasek și Roberta M. Golinkoff, „Skype Me! Socially Contingent Interactions Help Toddlers Learn Language", *Child Development 85,* nr. 3 (mai–iunie 2014): 956-970; Angeline S. Lillard și Jennifer Peterson, „The Immediate Impact of Different Types of Television on Young Children's Executive Function", *Pediatrics* 128, nr. 4 (octombrie 2011): 644-649; N. Brito, R. Barr, P. McIntyre și G. Simcock, „Long-Term Transfer of Learning from Books and Video During Toddlerhood", *Journal of Experimental Child Psychology* 111, nr. 1 (ianuarie 2012): 108-119; Rachel Barr și Harlene Hayne, „Developmental Changes in Imitation from Television During Infancy", *Child Development* 70, nr. 5 (septembrie–octombrie 1999): 1067-1081; Jane E. Brody, „Screen Addiction Is Taking a Toll on Children", *New York Times*, 6 iulie 2015, well.blogs.nytimes.com/2015/07/06/screen-addiction-is-taking-a-toll-on-children/; Conor Dougherty, „Addicted to Your Phone? There's Help for That", *New York Times*, 11 iulie 2015, www.nytimes.com/2015/07/12/sunday-review/addicted-to-your-phone-theres-help-for-that.html; Alejandrina Cristia și Amanda Seidl, „Parental Reports on Touch Screen

Use in Early Childhood", *Plos One* 10(6) (2015): e0128338, doi:10.1371/journal.pone.0128338; C.S. Green și D. Bavelier, „Exercising Your Brain: A Review of Human Brain Plasticity and Training-Induced Learning", *Psychology and Aging* 23, nr. 4 (decembrie 2008): 692-701; Kathy Hirsh-Pasek și alții, „Putting Education in «Educational» Apps: Lessons from the Science of Learning", *Psychological Science in the Public Interest* 16, nr. 1 (2015): 3-34; Deborah L. Linebarger, Rachel Barr, Matthew A. Lapierre și Jessica T. Piotrowski, „Associations Between Parenting, Media Use, Cumulative Risk, and Children's Executive Functioning", *Journal of Developmental & Behavioral Pediatrics* 35, nr. 6 (iulie–august 2014): 367-377; Jessi Hempel, „How about a Social Media Sabbatical? *Wired* Readers Weigh In", *Wired*, 5 august 2015, www.wired.com/2015/08/social-media-sabbatical-wired-readers-weigh/; „«Digital Amnesia» Leaves Us Vulnerable, Survey Suggests", CBC News, 8 octombrie 2015, www.cbc.ca/news/technology/digital-amnesia-kaspersky-1.3262600 (linkul spre raport este disponibil în corpul articolului).

129. David Denby, „Do Teens Read Seriously Anymore?", *New Yorker*, 23 februarie 2016, www.newyorker.com/culture/cultural-comment/books-smell-like-old-people-the-decline-of-teen-reading.

130. Vedeți: Sherry Turkle, *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age* (New York: Penguin Press, 2015); Sherry Turkle, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* (New York: Basic Books, 2011).

131. Catherine Steiner-Adair, *The Big Disconnect: Protecting Childhood and Family Relationships in the Digital Age* (New York: Harper, 2013).

132. Despre abordările celor din China și Coreea față de tratamentul dependenței de internet: Shosh Shlam și Hilla Medalia,

Web Junkie, 2013; vedeți și: Whitney Mallett, „Behind «Web Junkie», a Documentary about China's Internet-Addicted Teens", *Motherboard*, 27 ianuarie 2014, motherboard.vice.com/blog/behind-web-junkie-a-documentary-about-chinas-Internet-addicted-teens.

133. Despre Kimberly Young și testul ei pentru dependența de internet: testul este disponibil pe netaddiction.com/Internet-addiction-test; Kimberly S. Young, *Caught in the Net: How to Recognize Signs of Internet Addiction – and a Winning Strategy for Recovery* (John Wiley & Sons: New York, 1998); Kimberly S. Young, „Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder", *CyberPsychology & Behavior* 1, nr. 3 (1998): 237-44; Laura Widyanto și Mary McMurran, „The Psychometric Properties of the Internet Addiction Test", *CyberPsychology& Behavior* 7, nr. 4 (2004): 443-50; Man Kit Chang și Sally Pui Man Law, „Factor Structure for Young's Internet Addiction Test: A Confirmatory Study", *Computers in Human Behavior* 24, nr. 6 (septembrie 2008): 2597-2619; Yasser Khazaal și alții, „French Validation of the Internet Addiction Test", *CyberPsychology & Behavior* 11, nr. 6 (noiembrie 2008): 703-6; Steven Sek-yum Ngai, „Exploring the Validity of the Internet Addiction Test for Students in Grades 5-9 in Hong Kong", *International Journal of Adolescence and Youth 13*, nr. 3 (ianuarie 2007): 221-37; Kimberly S. Young, „Treatment Outcomes Using CBT-IA with Internet-Addicted Patients", *Journal of Behavioral Addictions* 2, nr. 4 (decembrie 2013): 209-15.

134. Despre interviurile motivaționale și Carrie Wilkens: Gabrielle Glaser, „A Different Path to Fighting Addiction", *New York Times*, 3 iulie 2014, www.nytimes.com/2014/07/06/nyregion/a-different-path-to-fighting-addiction.html; William R. Miller și Stephen Rollnick, *Motivational Interviewing: Helping*

People Change, 3rd ed., (New York: Guilford Press, 2012); William R. Miller și Paula L. Wilbourne, „Mesa Grande: A Methodological Analysis of Clinical Trials of Treatments for Alcohol Use Disorders", *Addiction* 97, nr. 3 (martie 2002): 265-77; Tracy O'Leary Tevyaw și Peter M. Monti, „Motivational Enhancement and Other Brief Interventions for Adolescent Substance Abuse: Foundations, Applications and Evaluations", *Addiction* 99 (decembrie 2004): 63-75; C. Dunn, L. Deroo și F.P. Rivara, „The Use of Brief Interventions Adapted from Motivational Interviewing Across Behavioral Domains: A Systematic Review", *Addiction* 96, nr. 12 (decembrie 2001): 1725-42; Craig S. Schwalbe, Hans Y. Oh și Allen Zweben, „Sustaining Motivational Interviewing: A Meta-Analysis of Training Studies", *Addiction* 109, 1287-94; Kate Hall și alții, „After 30 Years of Dissemination, Have We Achieved Sustained Practice Change in Motivational Interviewing?", *Addiction* (în curs de tipărire; o mostră de scenariu este disponibilă aici: careacttarget.org/sites/default/files/file-upload/resources/module5-handout1.pdf).

135. Edward L. Deci and Richard M. Ryan, eds., *Handbook of Self-Determination Research* (Rochester, NY: University of Rochester Press, 2002); Mark R. Lepper, David Greene și Richard E. Nisbett, „Undermining Children's Intrinsic Interest with Extrinsic Reward: A Test of the «Overjustification» Hypothesis", *Journal of Personality and Social Psychology* 28 (1973): 129-37; Edward L. Deci, „Effects of Externally Mediated Rewards on Intrinsic Motivation", *Journal of Personality and Social Psychology* 18, nr. 1 (aprilie 1871): 105-15; Richard M. Ryan, „Psychological Needs and the Facilitation of Integrative Processes, *Journal of Personality* 63, nr. 3 (septembrie 1995): 397-427; Edward L. Deci, E. și Richard M. Ryan, „A Motivational Approach to Self: Integration in Personality",

în *Nebraska Symposium on Motivation: Vol. 38. Perspectives on Motivation*, Richard A. Dienstbier, ed., (Lincoln, NE: University of Nebraska Press, 1991), 237-88; Edward L. Deci și Richard M. Ryan, „Human Autonomy: The Basis for True Self-Esteem", în *Efficacy, Agency, and Self-Esteem*, Michael H. Kernis, ed., (New York: Springer, 1995); Roy F. Baumeister și Mark R. Leary, „The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments As a Fundamental Human Motivation", *Psychological Bulletin* 117, nr. 3 (mai 1995): 497-529.

CAPITOLUL 11: OBICEIURI ȘI ARHITECTURĂ

136. Joseph M. Strayhorn și Jillian C. Strayhorn, „Religiosity and Teen Birth Rate in the United States", *Reproductive Health* 6, nr. 14 (septembrie 2009): 1-7; Benjamin Edelman, „Red Light States: Who Buys Online Adult Entertainment?", *Journal of Economic Perspectives* 23, nr. 1 (iarna 2009): 209-20; Anna Freud, *The Ego and the Mechanisms of Defense* (New York: Hogarth, 1936); Cara C. MacInnis și Gordon Hodson, „Do American States with More Religious or Conservative Populations Search More for Sexual Content on Google?", *Archives of Sexual Behavior* 44 (2015): 137-47.
137. O mare parte din cercetările relevante ale autorilor este cuprinsă în această carte: Seymour Feshbach și Robert D. Singer, *Television and Aggression: An Experimental Field Study* (San Franciso: Jossey-Bass, 1971).
138. Alina Tugend, „Turning a New Year's Resolution into Action with *the Facts*", *New York Times,* 9 ianuarie 2015, www.nytimes.com/2015/01/10/your-money/some-facts-to-turn-your-new-years-resolutions-into-action.html.
139. Xianchi Dai și Ayelet Fishbach, „How Nonconsumption Shapes Desire", *Journal of Consumer Research* 41 (decembrie 2014): 936-52.

140. Daniel M. Wegner, „Ironic Processes of Mental Control", *Psychological Review* 101, nr. 1 (1994): 34-52; Daniel M. Wegner și David J. Schneider, „The White Bear Story", *Psychological Inquiry* 14, nr. 3-4 (2003): 326-29; Daniel M. Wegner, *White Bears and Other Unwanted Thoughts: Suppression, Obsession, and the Psychology of Mental Control* (New York: Viking, 1989); Daniel M. Wegner, David J. Schneider, Samuel R. Carter III și Teri L. White, „Paradoxical Effects of Thought Suppression", *Journal of Personality and Social Psychology* 53, nr. 1 (1987): 5-13.

141. Despre modificarea obiceiurilor prin înlocuire și distragere: Christos Kouimtsidis și alții, *Cognitive-Behavioural Therapy in the Treatment of Addiction* (Chichester, UK: John Wiley & Sons, 2007); Charles Duhigg, „The Golden Rule of Habit Change", PsychCentral, n.d., psychcentral.com/blog/archives/2012/07/17/the-golden-ruleof-habit-change; Charles Duhigg, *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business* (New York: Random House, 2012); Melissa Dahl, „What If You Could Just «Forget» to Bite Your Nails?", *New York*, 16 iulie 2014, nymag.com/scienceofus/2014/07/what-if-you-could-forget-to-bite-your-nails.html.

142. Mai multe informații despre dispozitivul Realism: www.realismsmartdevice.com/meet-realism; „Realism: An Alternative to Our Addiction to Smartphones", Untitled Magazine, 18 decembrie 2014, untitled-magazine.com/realism-an-alternative-to-our-addiction-to-smartphones/#.VorirVLqWPv.

143. Despre importanța înțelegerii motivației autentice: Paul Simpson, *Assessing and Treating Compulsive Internet Use* (Brentwood, TN: Cross Country Education, 2013); Kimberly Young și Cristiano Nabuco de Abreu, eds., *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment* (Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2011).

144. Despre statisticile referitoare la promisiunile pe care și le fac oamenii în noaptea de Anul Nou, precum și despre formarea și durata obiceiurilor: www.statisticbrain.com/new-years-resolution-statistics; John C. Norcross, Marci S. Mrykalo și Matthew D. Blagys, „*Auld Lang Syne*: Success Predictors, Change Processes, and Self-Reported Outcomes of New Year's Resolvers and Nonresolvers", *Journal of Clinical Psychology* 58, nr. 4 (aprilie 2002): 397-405; Jeremy Dean, *Making Habits, Breaking Habits: Why We Do Things, Why We Don't, and How to Make Any Change Stick* (Cambridge, MA: Da Capo Press, 2013); Phillippa Lally, Cornelia H.M. van Jaarsveld, Henry W.W. Potts și Jane Wardle, „How Are Habits Formed: Modelling Habit Formation in the Real World", *European Journal of Social Psychology* 40, nr. 6 (octombrie 2010): 998-1009.

145. Vanessa M. Patrick și Henrik Hagtvedt, „«I Don't» versus «I Can't»: When Empowered Refusal Motivates Goal-Directed Behavior", *Journal of Consumer Research* 39 (2011), 371-81.

146. Termenul de „arhitectură comportamentală" este preluat din: Richard H. Thaler și Cass R. Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness* (New Haven, CT: Yale University Press, 2008) [Carte disponibilă în limba română la Editura Publica, apărută în 2016 cu titlul *Nudge* (tradusă de Smaranda Nistor)].

147. Această secțiune conține fragmente dintr-un articol pe care l-am scris pentru 99u: Adam L. Alter, „How to Build a Collaborative Office Space Like Pixar and Google", n.d., 99u.com/articles/16408/how-to-build-a-collaborative-office-space-like-pixar-and-google; Leon Festinger, Kurt W. Back și Stanley Schacter, *Social Pressures in Informal Groups: A Study of Human Factors in Housing* (Stanford, CA: Stanford University Press, 1950).

148. Despre puterea aversiunii față de pierdere și motivație: Thomas C. Schelling, „Self-Command in Practice, in Policy, and in a Theory of Rational Choice", *American Economic Review* 74, nr. 2 (1984): 1-11; Jan Kubanek, Lawrence H. Snyder și Richard A. Abrams, „Reward and Punishment Act as Distinct Factors in Guiding Behavior", *Cognition* 139 (iunie 2015): 154-67; Ronald G. Fryer, Steven D. Levitt, John List și Sally Sadoff, „Enhancing the Efficacy of Teacher Incentives Through Loss Aversion: A Field Experiment", Analiză în lucru, 18237, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA, 2012; Daniel Kahneman și Amos Tversky, „Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk", *Econometrica* 47, nr. 2 (martie 1979): 263-92. Don't Waste Your Money game: Paul Simpson, *Assessing and Treating Compulsive Internet Use* (Brentwood, TN: Cross Country Education, 2013). Cheltuielile relaționale: Elizabeth Dunn și Michael Norton, *Happy Money: The Science of Happier Spending* (New York: Simon & Schuster, 2013).

149. Site-ul instrumentului auxiliar Demetricator pentru Facebook: bengrosser.com/projects/facebookdemetricator/.

150. Despre *binge-watching* și depășirea ancorei elementului de suspans: Patrick Allan, „Overcome TV Show Binge-Watching with a Lesson in Plot", Lifehacker, septembrie 2014, lifehacker.com/overcome-tv-show-binge-watching-with-a-lesson-in-plot-1640472646; vedeți și: Michael Hsu, „How to Overcome a Binge-Watching Addiction", *Wall Street Journal*, 26 septembrie 2014, www.wsj.com/articles/how-to-overcome-a-binge-watching-addiction-1411748602; această idee a scurtcircuitării elementului de suspans a fost inspirată inițial de Tom Meyvis, unul dintre colegii mei de la NYU, și de Uri Simonsohn, profesor la Școala de afaceri Wharton de la Universitatea Pennsylvania.

151. Jacob Kastrenakes, „Netflix Knows the Exact Episode of a TV Show That Gets You Hooked", The Verge, 23 septembrie 2015, www.theverge.com/2015/9/23/9381509/netflix-hooked-tv-episode-analysis.

CAPITOLUL 12: GAMIFICAREA

152. Site-ul campaniei Teoriei Distracției a celor de la DDB: www.thefuntheory.com; Cannes Awards announcement: www.prnewswire.com/news-releases/ddbs-fun-theory-for-volkswagen-takes-home-cannes-cyber-grand-prix-97156119.html; videoclipul cu experimentul treptelor transformate în pian: Rolighetsteorin, „Piano Stairs: TheFunTheory.com", YouTube, 7 octombrie 2009, www.youtube.com/watch?v=2lXh2n0aPyw.

153. Statistici despre obezitate de la World Obesity Federation: www.worldobesity.org/resources/obesity-data-repository; Kaare Christensen, Gabriele Doblhammer, Roland Rau și James W. Vaupel, „Ageing Populations: The Challenges Ahead", *Lancet* 374, nr. 9696 (octombrie 2009): 1196-1208; John Bound, Michael Lovenheim și Sarah Turner, „Why Have College Completion Rates Declined? An Analysis of Changing Student Preparation and Collegiate Resources", *American Economic Journal: Applied Economics* 2, nr. 3 (iulie 2010): 129-57; Jeffrey Brainard și Andrea Fuller, „Graduation Rates Fall at One-Third of 4-Year Colleges", *Chronicle of Higher Education*, 5 decembrie 2010, chronicle.com/article/Graduation-Rates-Fall-at/125614; statistici despre economisire de la Banca Mondială: data.worldbank.org/indicator/NY.GNS.ICTR.ZS; statistici despre economisire de la OECD: data.oecd.org/hha/household-savings-forecast.htm; World Giving Index, elaborat de Fundația Charities Aid: www.cafonline.org/about-us/publications; raportul transmis de National Center for Public Policy and Higher Education, care sugerează

că veniturile forței de muncă sunt așteptate să scadă: www.highereducation.org/reports/pa_decline.

154. Despre Breen și FreeRice: Michele Kelemen, „Net Game Boosts Vocabulary, Fights Hunger", NPR, 17 decembrie 2007, www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=17307572.

155. Mai multe informații despre gamificare și exemple: Kevin Werbach și Dan Hunter, *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business* (Philadelphia, *PA: Wharton Digital Press,* 2012), 168-172; Nick Pelling explică istoria termenului: Nick Pelling, „The (Short) Prehistory of «Gamificiation» . . . ", Funding Startups (& other impossibilities), Nanodome, 9 aprilie 2011, nanodome.wordpress.com/2011/08/09/the-short-prehistory-of-gamification/; Dave McGinn, „Can a Couple of Reformed Gamers Make You Addicted to Exercise?", *Globe and Mail,* publicat pe 3 noiembrie 2011, actualizat ultima dată pe 6 septembrie 2012, www.theglobeandmail.com/life/health-and-fitness/fitness/can-a-couple-of-reformed-gamers-make-you-addicted-to-exercise/article4250755/; Fox Van Allen, „Sonicare Toothbrush App Proves Too Addicting for Kids", Techlicious, 16 septembrie 2015, www.techlicious.com/blog/philips-sonicare-for-kids-electric-toothbrush-app-sparkly/; Kate Kaye, „Internet of Toothbrushes: Sonicare Pipes Data Back to Philips", AdvertisingAge, 14 septembrie 2015, http://adage.com/article/datadriven-marketing/philips-connects-sonicare-kids-game-data-insights/300316.

156. Despre Q2L, avariție cognitivă și educație transformată în joc: Institute of Play, „Mission Pack: Dr. Smallz: Can You Save a Dying Patient's Life?", 2014, www.instituteofplay.org/wpcontent/uploads/2014/08/IOP_DR_SMALLZ_MISSION_PACK_v2.pdf; statistici despre Q2L: Quest to Learn, „Research: Quest Learning Model Linked to Significant Learning Gains",

www.q2l.org/about/research; Rochester Institute of Technology, Just Press Play, RIT Interactive Games & Media, play.rit.edu/About; Traci Sitzmann, „A Metaanalytic Examination of the Instructional Effectiveness of Computer-Based Simulation Games", *Personnel Psychology* 64 (mai 2011): 489-528; Susan T. Fiske și Shelley E. Taylor, *Social Cognition Second Edition* (New York: McGraw-Hill, 1991); Dean Takahashi, „Study Says Playing Videos Games Can Help You Do Your Job Better", *New York Times*, 1 decembrie 2010, www.nytimes.com/external/venturebeat/2010/12/01/01venturebeat-study-says-playing-videos-games-can-help-you-76563.html.

157. Yagana Shah, „Story of a 93-Year-Old and 2 Lawn Mowers Will Melt Your Heart", Huffington Post, 28 aprilie 2016, www.huffingtonpost.com/entry/story-of-a-93-year-old-and-2-lawn-mowers-will-melt-your-heart_us_572261aae4b0b49df6aab03d; mai multe despre sistemul de tricouri-insignă găsiți pe: Facebook, Raising Men Lawn Care Services Michigan, postare, 21 mai 2016, www.facebook.com/282676205411413/photos/a.282689732076727.1073741828.282676205411413/282689718743395/.

158. Emily A. Holmes, Ella L. James, Thomas Coode-Bate și Catherine Deeprose, „Can Playing the Computer Game «Tetris» Reduce the Build-Up of Flashbacks for Trauma? A Proposal from Cognitive Science", *Plos One* 4, 7 ianuarie 2009, DOI: 10.1371/journal.pone.0004153; „Post-Traumatic Stress Disorder (PTSD): The Management of PTSD in Adults and Children in Primary and Secondary Care", London National Institute for Health and Clinical Excellence, 2005, CG026; J.A. Anguera și alții, „Video Game Training Enhances Cognitive Control in Older Adults", *Nature* 501 (septembrie 2013): 97-101; „Game Over? Federal Trade Commission Calls Brain-Training Claims Inflated", 8 ianuarie 2016, ALZforum, www.alzforum.org/news/communitynews/game-over-federal-trade-com-

mission-calls-brain-training-claims-inflated; dar luați în calcul această afirmație a criticilor: Centrul pentru longevitate al Stanford și Institutul Max Planck pentru dezvoltare umană, „A Consensus on the Brain Training Industry from the Scientific Community", 20 octombrie 2014, longevity3.stanford.edu/blog/2014/10/15/theconsensus-on-the-brain-training-industry-from-the-scientific-community; un studiu clasic care explică de ce transformarea în joc s-ar putea să le elimine unora motivația intrinsecă de a se comporta în feluri benefice pentru ei: Uri Gneezy și Aldo Rustichini, „A Fine Is a Price", *Journal of Legal Studies* 29 (ianuarie 2000): 1-18.

159. Despre Ian Bogost și Cow Clicker: site-ul jocului: cowclicker.com; descrierea jocului făcută de însuși Bogost: bogost.com/writing/blog/cow_clicker_1/; vedeți și: Jason Tanz, „The Curse of Cow Clicker: How a Cheeky Satire Became a Hit Game", *Wired*, 20 decembrie 2011, www.wired.com/2011/12/ff_cowclicker/all/1; interviu cu Bogost: NPR, „Cow Clicker Founder: If You Can't Ruin It, Destroy It", 18 noiembrie 2011, www.npr.org/2011/11/18/142518949/cow-clicker-founder-if-you-cant-ruin-it-destroy-it.

EPILOG

160. Oliver Burkeman, „This Column Will Change Your Life: The End-of-History Illusion", *The Guardian*, 19 ianuarie 2013, www.theguardian.com/lifeandstyle/2013/jan/19/change-your-life-end-history; Jordi Quoidbach, Daniel T. Gilbert și Timothy D. Wilson, „The End of History Illusion", *Science* 339, nr. 6115 (ianuarie 2013) 96-98.